

RELATÓRIO  
ANUAL  
2018

LOJAS RENNER S.A.

---



CMICADO

youcom

realize

# ÍNDICE

|                                     |    |  |    |
|-------------------------------------|----|--|----|
| <b>INTRODUÇÃO</b> .....             | 3  | <b>RESULTADOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS</b> ..... | 19 |
| SOBRE O RELATÓRIO .....             | 4  | <b>ESTRATÉGIA</b> .....                          | 22 |
| MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA .....       | 6  | <b>FORNECEDORES RESPONSÁVEIS</b> .....           | 32 |
| DESTAQUES DA GERAÇÃO DE VALOR ..... | 7  | <b>GESTÃO ECOEFICIENTE</b> .....                 | 38 |
| <b>QUEM SOMOS</b> .....             | 9  | <b>PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS</b> .....    | 45 |
| PANORAMA .....                      | 10 | <b>ENGAJAMENTO</b> .....                         | 51 |
| GOVERNANÇA .....                    | 13 | ÍNDICE GRI .....                                 | 63 |
| GESTÃO DE RISCOS .....              | 16 | MAPA DE CAPITAIS .....                           | 70 |
|                                     |    | PARECER DA AUDITORIA .....                       | 71 |
|                                     |    | CRÉDITOS .....                                   | 73 |



# SOBRE O RELATÓRIO

GRI 102-45, 102-53

## OBJETIVO

Este Relatório, publicado anualmente, coloca em prática nosso compromisso com a transparência e o diálogo aberto com todos os públicos.

Aqui, apresentamos informações claras sobre a Lojas Renner S.A., a forma como fazemos negócio, a nossa estratégia de sustentação e de geração de valor e o nosso desempenho em 2018.

### FIQUE ATENTO!

Ao longo do conteúdo, sempre que usarmos os termos “Lojas Renner S.A.” ou “Companhia”, nos referimos a Lojas Renner (Renner) e suas sociedades controladas: Camicado, Youcom e Realize.

Quando nos referimos especificamente a um dos negócios, usamos os termos Renner, Camicado, Youcom e Realize ou, ainda, “Empresa”.

## MELHORES PRÁTICAS

Aderimos a diretrizes internacionalmente reconhecidas — o *Global Reporting Initiative* (GRI) desde 2010 e o Relato Integrado (IR) desde 2015 — padrões que orientam a divulgação sobre temas relevantes para a sustentabilidade das empresas e dão ao leitor comparabilidade e transparência. Também promovemos a asseguuração do relatório por meio de auditoria por empresa independente que garante a veracidade e solidez das informações.

Pela primeira vez, publicamos o Relatório Anual junto da divulgação de resultados do ano, no início de fevereiro, buscando dar mais relevância e tempestividade às informações.



INTEGRATED REPORTING <IR>

# COMO NAVEGAR

## FERRAMENTAS DE ORIENTAÇÃO

Além da leitura linear desta publicação, ao final do relatório você encontra duas possibilidades diferentes de navegação, orientadas por:

### INDICADORES GRI

Índice remissivo que explica o que é cada indicador GRI e apresenta a página em que ele é reportado. Ao acessar a página em que há um indicador, você encontrará o símbolo GRI XX-X.

Saiba mais sobre a diretriz no site da [GRI](#).

### CAPITAIS (RELATO INTEGRADO)

Mapa que apresenta onde são abordados os diferentes capitais que dão sustentação ao modelo de negócio. Ao acessar a página em que há a apresentação de um capital, você encontrará os símbolos correspondentes:



NATURAL



FINANCEIRO



MANUFATURADO



HUMANO



SOCIAL E DE  
RELACIONAMENTO



INTELLECTUAL

Saiba mais sobre a diretriz no site do [Relato Integrado](#).

## LEITURA RÁPIDA

Você também pode fazer uma leitura rápida dos destaques desta publicação clicando nos nomes dos capítulos no cabeçalho das páginas e acessando o resumo de cada seção.

## INOVAÇÃO

O ícone ao lado acompanhará conteúdos que falam sobre iniciativas inovadoras em desenvolvimento para os próximos anos.



## PARA SABER MAIS

Links ao longo do conteúdo levam o leitor a documentos que detalham as informações aqui apresentadas, sendo os principais:

**DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS** – Resultados operacionais e financeiros;

**FORMULÁRIO DE REFERÊNCIA** – Estratégia, governança e gestão de riscos;

**POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE** – Diretrizes estratégicas de sustentabilidade;

**CÓDIGO DE CONDUTA PARA COLABORADORES** – Compromissos, valores e orientações de conduta nas relações dos colaboradores com todos os públicos da Companhia; e

**CÓDIGO DE CONDUTA PARA FORNECEDORES** – Compromissos, valores e orientações de conduta aos fornecedores.

Dúvidas sobre este relatório ou pedidos de informações adicionais podem ser encaminhados à Gerência de Sustentabilidade: [relatorio@lojasrenner.com.br](mailto:relatorio@lojasrenner.com.br).

# MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA

GRI 102-12, 102-14

O ano de 2018 foi marcado pela conclusão do Ciclo *Fast Retailer*, iniciado em 2012 para acelerar projetos de infraestrutura – onde investimos na capacitação de nossas equipes de loja, criamos o centro de serviços compartilhados, direcionando todos os esforços da loja para clientes e produtos, desenvolvemos novas estruturas para aumentar a comunicação entre as áreas de lojas e produtos e especializamos os negócios, além da construção de novos centros de distribuição e a mudança no modelo de abastecimento –, e pelo avanço da estratégia de Moda Responsável, que tem conquistado bases cada vez mais sólidas.

Com olhos no futuro, também iniciamos nossa preparação para uma nova jornada, o Ciclo Digital, que nos guiará ao longo dos próximos anos. Nesse contexto, apostamos na evolução do nosso *mindset* para tornar a tecnologia ainda mais presente no dia a dia do negócio, servindo como ferramenta para uma experiência de compra cada vez mais prática, personalizada, multicanal e encantadora aos nossos clientes.

Nosso compromisso passa ainda pela estratégia de sustentabilidade que, em 2018, conquistou destaque com o lançamento do Selo Re, que representa o comprometimento da Companhia em tornar o tema presente na vida de todos os públicos com os quais se relaciona. Neste sentido, iniciamos um projeto piloto do uso de *Blockchain* para a rastreabilidade de produto na cadeia produtiva e avançamos com o monitoramento de fornecedores de revenda internacionais. Assim, unindo *mindset* digital e moda responsável avançamos com nosso plano de expansão. Em 2018, foram 351 lojas da Renner no Brasil, 07 no Uruguai, além de 108 da Camicado e 94 da Youcom. Realizamos a ampliação e o planejamento do modelo

de crescimento das operações da Realize, que completou seu primeiro ano como instituição financeira. A Ashua, nossa marca de moda *curve* e *plus size*, abriu sua primeira loja física e encerrou o ano com 03 lojas.

No ano, criamos a Secretaria de Governança Corporativa e revisamos o sistema de Governança Corporativa, adotando novas práticas e aprimorando as práticas já existentes. Em novembro, anunciamos o sucessor do Diretor Presidente, José Galló. A partir de abril de 2019, Fabio Faccio, atual Diretor de Produto, assumirá o cargo, dando continuidade à história de crescimento, consistência, inovação e transformação que marcaram nossa trajetória até aqui.

Em 2018, também reafirmamos nosso compromisso com o Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e Princípios de Empoderamento das Mulheres (ONU Mulheres). Seguimos confiantes em nossa motivação para construir, no presente, um futuro próspero e sustentável.

Agradecemos a todos os nossos colaboradores, fornecedores, clientes, acionistas e à nossa comunidade, que acreditam nessa Companhia e que reforçam nosso propósito de encantar a todos como nossa maior realização.



**OSVALDO BURGOS SCHIRMER**  
Presidente do Conselho de Administração



**JOSÉ GALLÓ**  
Diretor Presidente

# DESTAQUES DA GERAÇÃO DE VALOR

GRI 102-7, 102-16

## NOSSA VISÃO

Encantar a todos é a nossa realização.

## NOSSOS VALORES

### ENCANTAR

Exceder a expectativa dos clientes...

### NOSSO JEITO

Fazer coisas de forma simples e ágil, com muita energia e paixão...

### GENTE

Contratar, desenvolver e manter as melhores pessoas...

### DONOS DO NEGÓCIO

Pensar e agir como donos de nossa unidade de negócio...

### OBSTINAÇÃO POR RESULTADOS EXCEPCIONAIS

Buscar resultados e não apenas boas ideias...

### QUALIDADE

Nossos produtos e serviços têm o mais alto nível de qualidade...

### SUSTENTABILIDADE

Negócios e atitudes pautados pelos princípios da sustentabilidade...

Conheça no **nosso site** a descrição completa dos valores empresariais e a missão da **Renner, Youcom, Camicado e Realize**.

## PANORAMA DOS CAPITAIS

### NOSSA ESTRUTURA DE ATUAÇÃO NO ANO



#### CAPITAL FINANCEIRO

- **R\$ 8,4 bilhões** captados por meio da receita de vendas de mercadorias e produtos e serviços financeiros.
- Valor de mercado das **720.024.498** ações de **R\$ 30,5 bilhões**
- **R\$ 505,3 milhões** de endividamento líquido
- **R\$ 610,4 milhões** de investimento em lojas, sistemas, instalações, logística, etc.



#### CAPITAL MANUFATURADO

- **556 lojas** com **1.040.771,50 m<sup>2</sup>**
- **4 Centros de Distribuição** com **120 mil m<sup>2</sup>**



#### CAPITAL HUMANO

- **22.334 colaboradores**



#### CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO

- **2.099 empresas fornecedoras**, das quais:
- **525 que fabricam** os produtos vendidos nas lojas e **1.574 de produtos e serviços administrativos**
- *E-commerce* Renner, Camicado, Youcom e Ashua

**PARA NOSSOS COLABORADORES**

- Geração de emprego e renda
- Capacitação e desenvolvimento de carreira
- Promoção da diversidade

- R\$ 1,1 bilhão em remuneração aos colaboradores
- R\$ 152,9 milhões em benefícios aos colaboradores
- Uma das melhores empresas para trabalhar pela Você S/A e Valor Carreira, Melhores para Começar a Carreira, Melhores e Maiores da Exame e a mais Sustentável do Varejo pelo Guia Exame de Sustentabilidade
- Índice recorde de 87% de engajamento dos colaboradores

- Geração de receita para sustentação de seus negócios
- Apoio ao desenvolvimento sustentável e eficiência de suas operações
- Apoio à inovação em processos e materiais para moda circular e responsável

**PARA NOSSOS FORNECEDORES**

- R\$ 4,6 bilhões em negócios contratados junto aos fornecedores
- R\$ 739,1 milhões de remuneração de capital de terceiros (instituições financeiras e aluguéis)
- 2.707 visitas técnicas de monitoramento em fornecedores de revenda nacionais e internacionais
- 10 fornecedores participantes do projeto Produção Mais Limpa com melhor aproveitamento de matéria-prima e redução de 47 toneladas de sobras de tecido
- Melhoria de 10 p.p. no Índice de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF)
- Geração de 112 mil empregos diretos na cadeia de valor no Brasil

**PARA NOSSOS CLIENTES**

- Apoio a oferta de crédito para nossos clientes
- Oferta de produtos de moda e casa em todo o Brasil
- Oferta crescente de produtos mais sustentáveis
- Ganhos contínuos de ecoeficiência em nossas lojas
- Sensibilização para consumo e uso sustentável
- Evolução tecnológica para ganho de eficiência e experiência de compra cada vez melhor e multicanais

- Cartão Renner sem anuidade, com 30 dias para começar a pagar e parcelamento em até cinco vezes sem juros
- 95% de clientes satisfeitos e muito satisfeitos medido pelo Encantômetro
- Lançamento do Selo Re Moda Responsável e coleções de produtos menos impactantes
  - Mais de 12 milhões de peças menos impactantes
  - 9,3 milhões de peças com algodão certificado
- Facilidade de renegociação de parcelas em atraso
- Alta segurança nas transações financeiras e na proteção dos dados dos clientes

**NOSSO MODELO DE GERAÇÃO DE VALOR**

Como atuamos    Valor gerado

- Distribuição de lucros
- Gestão para geração de valor em longo prazo

**PARA NOSSOS ACIONISTAS**

- R\$ 408,1 milhões em dividendos e juros sobre o capital próprio distribuídos aos acionistas
- Valorização de 20,9% das ações
- Inclusão pelo 5º ano consecutivo no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3 e no Dow Jones Sustainability Index (DJSI)
- Listagem no Índice Carbono Eficiente da B3

**PARA A SOCIEDADE**

- Contribuição com a economia pagando impostos, taxas e contribuições
- Investimento em projetos sociais
- Geração de empregos e renda diretos e indiretos (cadeia de valor)
- Compromisso com o desenvolvimento da Moda Responsável

- R\$ 2,4 bilhões em impostos e taxas a serem revertidos pelos governos para desenvolvimento do País
- R\$ 8,7 milhões em Investimento Social Privado
- Mais de 11 mil pessoas beneficiadas pelos projetos do Instituto Lojas Renner
- Neutralização de 100% das emissões dos gases de efeito estufa de 2017
- Ganho de 3,25% na eficiência energética das lojas
- Desenvolvimento de projetos de geração de energia solar
- Concurso cultural REINVENTE de inovação para sustentabilidade na moda
- Seleção de startups para desenvolvimento de pilotos para uma operação mais sustentável



# PANORAMA

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

A Lojas Renner S.A. é a maior varejista de moda do Brasil. Sediada em Porto Alegre (RS), com 53 anos de história e 51 anos de capital aberto, a Companhia está presente em todas as regiões do Brasil — por meio de suas lojas da Renner, Camicado, Youcom e Ashua — e da operação da Realize — e no Uruguai por meio de lojas da Renner.

**22.334**  
COLABORADORES

**2.099**  
FORNECEDORES

## SEGMENTOS DE NEGÓCIO

### VAREJO

### PRODUTOS FINANCEIROS

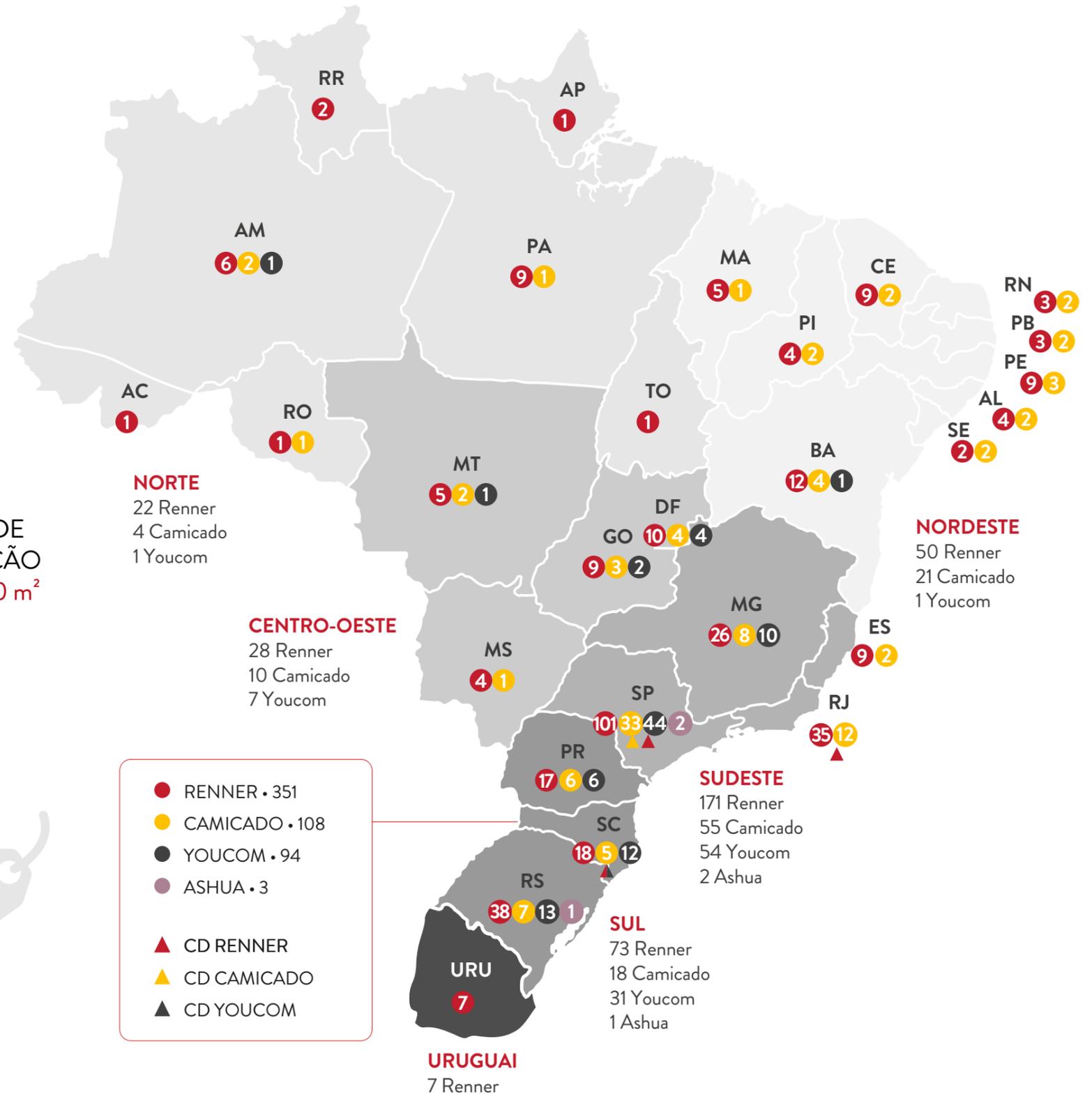


 **4** CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO com 120.000 m<sup>2</sup>

**30,6 MILHÕES** DE CLIENTES COM CARTÃO RENNER E MEU CARTÃO

**556** LOJAS

**R\$2,8 BILHÕES** DE CARTEIRA DE CRÉDITO



# SEGMENTOS DE NEGÓCIO

## VAREJO



Rede de lojas de moda com **20** marcas próprias, a Renner atua em **344** lojas em todos os estados do Brasil, **7** lojas no Uruguai e em sua loja *online*.

## VESTUÁRIO

8 MARCAS QUE COMPÕEM 5 LIFESTYLES

Neotradicional

Glamour



Jovem

Sensual

Contemporâneo



## OUTROS

(praia, infantil, lingerie, esportivo, acessórios, *curve* e *plus size*, perfumaria e calçados)

12 MARCAS



accessories

ASHUA

VIKO

ALCHEMIA

SATINATO

Para saber mais acesse o [site institucional](#) e o [e-commerce da Renner](#).

## SEGMENTOS DE NEGÓCIO

### VAREJO

#### CAMICADO

Rede de lojas especializada em casa e decoração, presente em **23** estados de todas as regiões do Brasil, com **108** lojas, além do *e-commerce*.

Para saber mais, acesse o site [institucional](#) e o [e-commerce da Camicado](#).

#### YOUCOM

Marca jovem de vestuário e acessórios, oferece roupas, calçados e acessórios femininos e masculinos e conta com **94** lojas nas regiões Sul, Sudeste e Centro Oeste, além de *e-commerce*.

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*, em 2018 iniciou a operação de lojas físicas, que já somam **3** unidades.

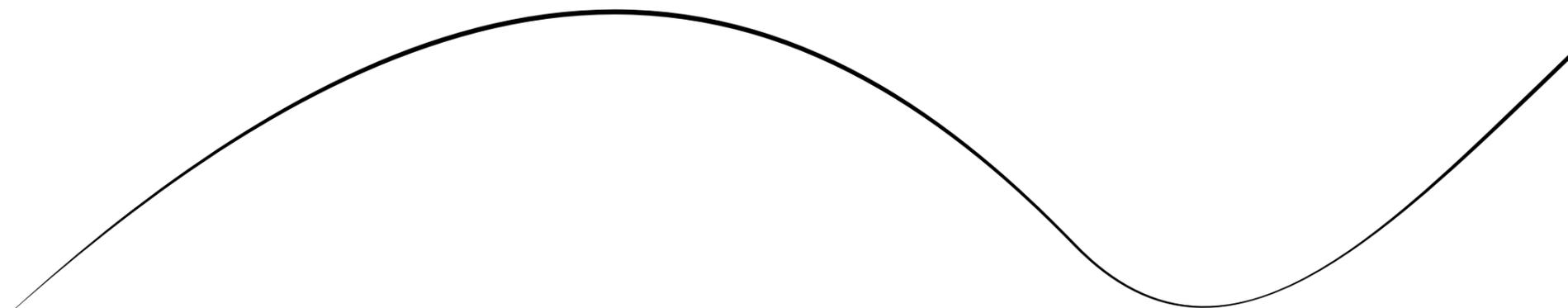
Para saber mais, acesse o [e-commerce da Ashua](#).

### 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.

Para saber mais, acesse o [site da Realize](#).



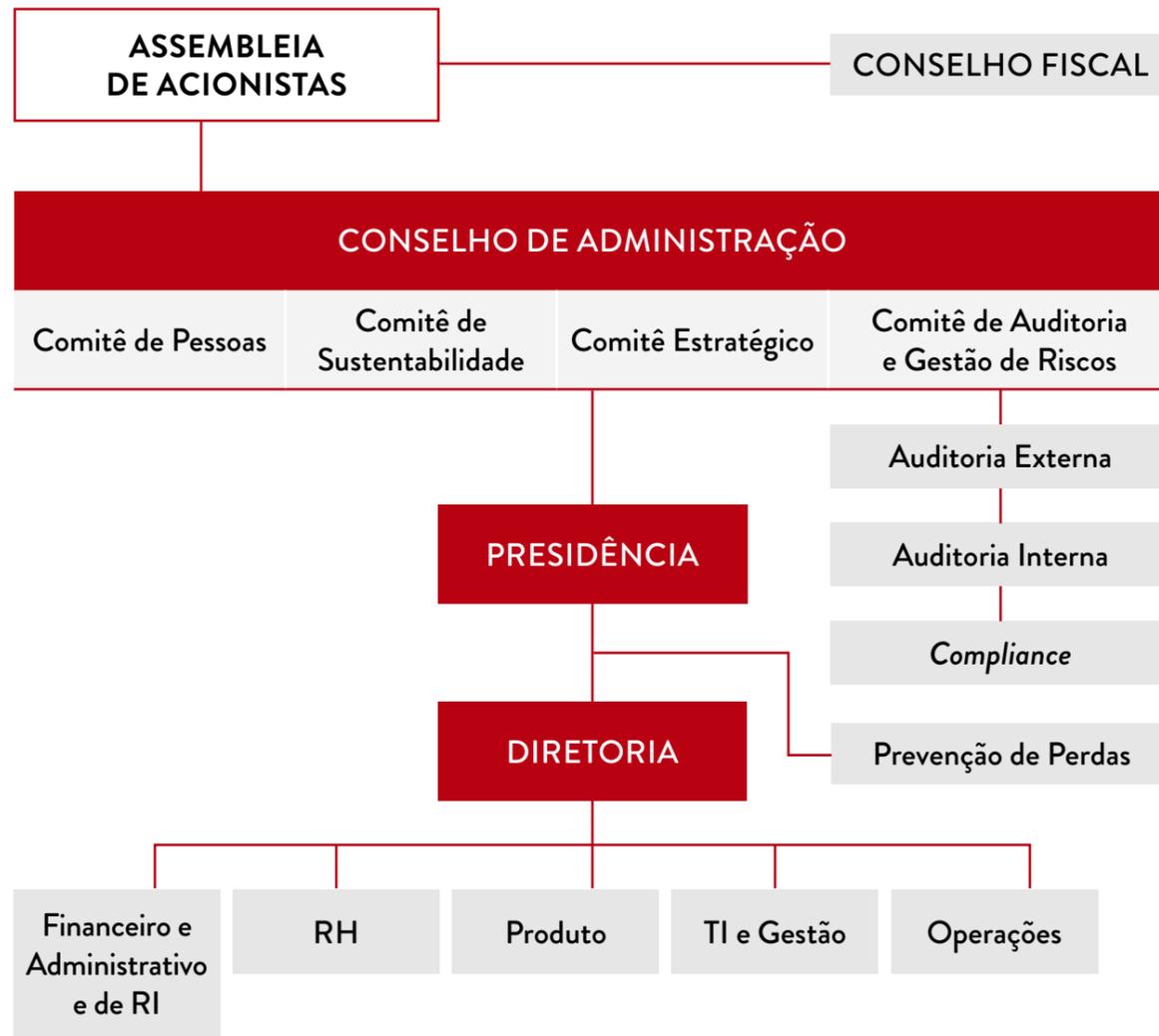
# GOVERNANÇA



GRI 102-18

## CENÁRIO

### ESTRUTURA DA ADMINISTRAÇÃO



### DIFERENCIAIS DA ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

- Conselho de Administração com **88%** dos membros independentes (7 de 8) e **25%** de membros mulheres (2 de 8)
- Conselho Fiscal Permanente
- Estrutura multidisciplinar de gestão de riscos ligada ao Conselho de Administração, com definição precisa de responsabilidades, apoiada por políticas institucionais
- Estrutura robusta de assessoramento do Conselho: Comitês especializados, secretaria para Conselho e Comitês e portal do Conselho
- Interesse da administração alinhado com o dos acionistas por meio de plano de opção de compra de ações e de ações restritas e participação nos resultados
- Diferentes Executivos como Presidentes do Conselho e da Diretoria
- Conselho de Administração e Diretoria com avaliação de desempenho formal periódica

Conheça informações detalhadas sobre a estrutura de governança e as lideranças na página **Administração**, ou no **Formulário de Referência** e as políticas, códigos e regimentos que regem o negócio na página **Estatutos e Políticas** do nosso site de **Relações com Investidores**.

## EVOLUÇÃO EM 2018

- Divulgamos o **Informe sobre o Código Brasileiro de Governança Corporativa**, em que apresentamos informações sobre as 54 práticas listadas, quais aplicamos e, para as que não aplicamos, o porquê. Fomos a primeira empresa a entregar o Informe à **CVM** e temos apenas duas práticas que não são adotadas.
- Revisamos e aprimoramos nosso sistema de **Governança** com atualizações no **Estatuto Social**, nos **Regimentos Internos** e nas **políticas corporativas**.
- Novo modelo de eleição dos membros do **Conselho de Administração** individualmente, não mais por chapa.
- Criamos a **Secretaria de Governança Corporativa** para apoiar o funcionamento de governança, o atendimento e relacionamento com acionistas e agências de voto e para propor e implementar processos que promovam sempre as melhores práticas.
- Em novembro, a Companhia informou que o Conselho de Administração — após ouvir o Comitê de Pessoas e o Diretor Presidente — aprovou o **início do processo de transição em sua Diretoria**, escolhendo o **Sr. Fabio Adegas Faccio**, atual Diretor de Produto, como sucessor do Diretor Presidente, **Sr. José Galló**, a partir de 18 de abril de 2019. A transição é suportada pelo nosso programa estruturado de sucessão, que contempla a identificação e o desenvolvimento de potenciais sucessores para todos os cargos.

# PERFIL NO MERCADO DE CAPITAIS

O êxito e a perpetuação da nossa Companhia sempre estiveram diretamente relacionados ao nosso compromisso invariável com a boa governança e a transparência, que orienta nossa história de pioneirismo: abrimos capital com apenas dois anos de fundação, fomos a primeira corporação brasileira — com 100% das ações negociadas em bolsa e sem a presença de um acionista controlador —, somos listados no Novo Mercado, grau mais elevado entre os níveis de governança corporativa da B3, e fomos a primeira empresa brasileira a disponibilizar um Manual para Participação de Acionista em Assembleia.

## CENÁRIO EM 2018

- **720.024.498** ações ordinárias
- **100% das ações negociadas na B3** sob o código LREN3 listadas no Novo Mercado
- Remuneração total distribuída aos acionistas de **R\$ 408,1\*** milhões:
- **R\$ 225,7** milhões de Juros sob Capital Próprio e **R\$ 182,4** milhões\* de dividendos
- *Dividend yield* de **1,3%** (considerado o preço da ação em 28/12/2018) e *payout* de **40%**

\*Dependendo da aprovação do valor de dividendos, que se dará na Assembleia Geral Ordinária de abril de 2019.

Conheça a composição acionária detalhada em: <https://bit.ly/2zikJaD>

### VALORIZAÇÃO ACUMULADA DAS AÇÕES LREN3 (2005 – 2018)



- **R\$ 30,5 bilhões de valor de mercado** com ações cotadas a **R\$ 42,40** ao final do ano, valorização de **20,9%** nas ações em 2018
- Ao todo, foram **3,2 milhões de negócios** e **869,0 milhões de ações** movimentadas, volume médio diário negociado de **R\$ 118,3 milhões**

# PROCESSO DE REMUNERAÇÃO DOS ADMINISTRADORES

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, na visão, missão e valores da Companhia e em metas econômicas, sociais e ambientais ligadas à estratégia de negócio.

O processo é suportado por avaliações formais do Conselho e Diretoria, que embasam a remuneração variável e plano de opção de compra de ações e de ações restritas da Diretoria.



## 1 APROVAÇÃO DO VALOR PELOS ACIONISTAS

Os acionistas aprovam o valor destinado à remuneração global anual dos membros do Conselho de Administração e da Diretoria.

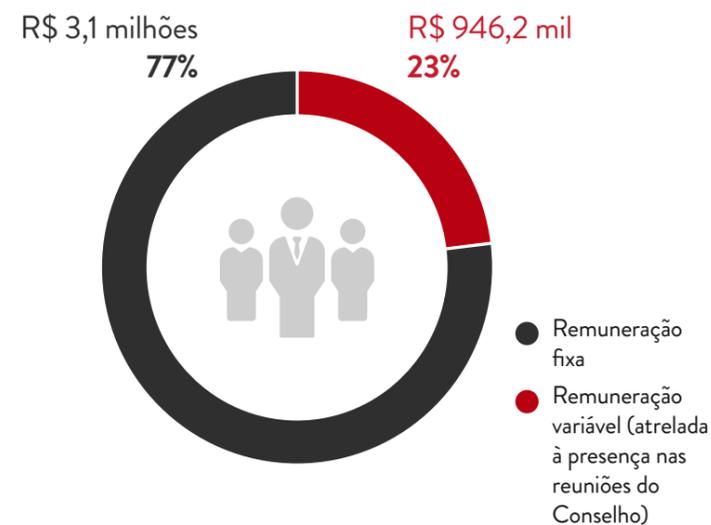


## 2 DISTRIBUIÇÃO ENTRE OS MEMBROS PELO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

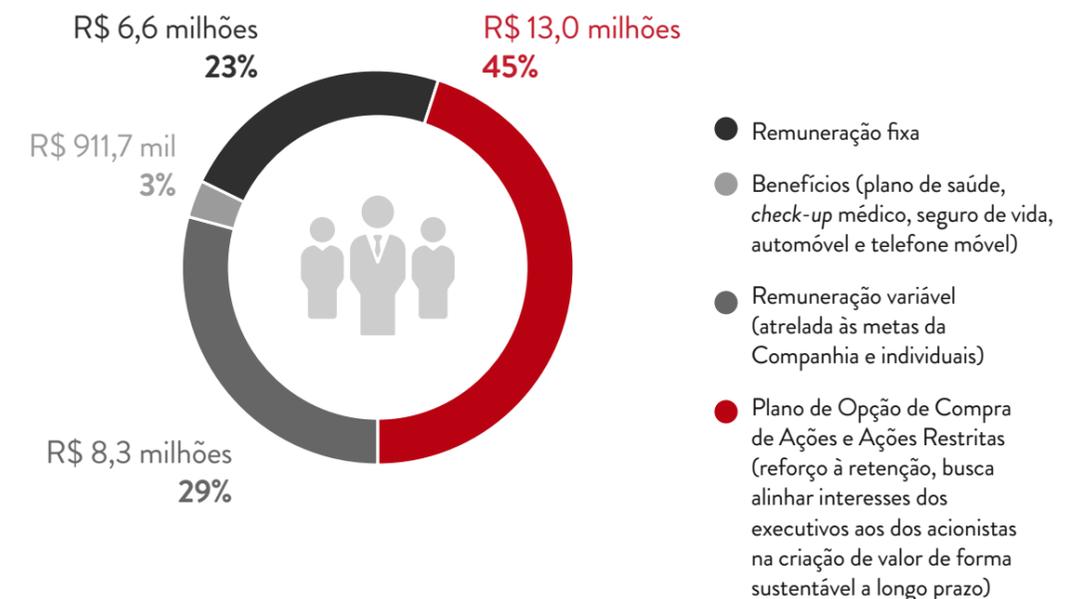
Distribui o valor aprovado em Assembleia aos Diretores e Conselheiros após parecer do Comitê de Pessoas que considera o desempenho individual dos diretores, pesquisas de mercado e aspectos como retenção, habilidades, experiência e potencial.

## 3 TOTAIS EM 2018

### CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO



### DIRETORIA EXECUTIVA



Conheça informações detalhadas sobre nossa política de remuneração no item 13 do **Formulário de Referência** e sobre a composição e atendimento ao limite de distribuição em 2018 na nota explicativa 26.2.2 das **Demonstrações Financeiras**.

# GESTÃO DE RISCOS

GRI 102-15

Aderimos às melhores práticas nacionais e internacionais para gestão eficiente dos riscos do negócio, reforçando nossa cultura de ética, transparência e governança responsável. Esse processo se dá por meio de uma estrutura robusta de gestão, que identifica continuamente os fatores que possam impactar nossa sustentação e da criação de planos preventivos para minimizar ou eliminar potenciais impactos negativos ou, ainda, transformar os riscos em oportunidades.

## RISCOS ECONÔMICO-FINANCEIROS E OPERACIONAIS

O Comitê de Auditoria e de Gestão de Riscos, estrutura multidisciplinar de governança ligada ao Conselho de Administração, é o órgão responsável pela identificação e gestão desses riscos e conta com a definição precisa de responsabilidades e o apoio de políticas institucionais para mitigar riscos e impactos econômico-financeiros e operacionais do negócio.

Conheça no infográfico a seguir as principais categorias de riscos, com exemplos que apoiam seu entendimento, e os documentos onde é possível ter uma visão bastante detalhada e aprofundada sobre cada risco específico identificado e gerido.

| PRINCIPAIS RISCOS DE CENÁRIO ECONÔMICO FINANCEIRO E OPERACIONAL   | EXEMPLOS DE SITUAÇÕES EM QUE ESSES RISCOS OCORREM  | FORMAS DE GESTÃO E PROTEÇÃO<br>Conheça em detalhes as formas de gestão dos riscos no <b>Formulário de Referência (FR)</b> e <b>Demonstrações Financeiras (DF)</b> |
|---|--|---|
| <b>Riscos do mercado e fatores externos que podem impactar o negócio</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Variações no câmbio</li> <li>• Variações na taxa de juros de suas aplicações e financiamentos</li> </ul>  |  Item 5.2. do FR<br>Nota explicativa 6 da DF                                 |
| <b>Cenários e circunstâncias atuais e futuras que podem expor a companhia a riscos na relação com seus públicos</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falhas na operação ou em processos e sistemas, que gerem perda na reputação, perdas de clientes e receitas</li> <li>• Problemas nas tomadas de decisões estratégicas que podem gerar perda de valor econômico</li> </ul>  |  Item 5.1 do FR  |
| <b>Fatores que podem trazer resultados e impactos negativos no desempenho de nossa operação e na execução de nossa estratégia</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificuldades na inauguração, operação de novas lojas ou no desempenho de lojas já existentes</li> <li>• Mudanças nas tendências da moda e preferências do consumidor</li> <li>• Falhas na operação do Data Center ou dos Centros de Distribuição</li> <li>• Vínculo a procedimentos irregulares praticados por parceiros comerciais</li> <li>• Sanções legais decorrentes do não gerenciamento de nossos resíduos gerados pelas operações de lojas</li> </ul> |  Item 4 do FR  |

### POLÍTICAS DE GESTÃO PARA CONTROLE DOS RISCOS

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

## RISCOS SOCIOAMBIENTAIS

GRI 102-13, 102-15, 103-2, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 411-1, 413-2, 414-1, 414-2



Com base nos temas prioritários para a sustentabilidade do negócio até 2021, definidos em nosso plano estratégico de Moda Responsável (saiba mais na **página 29**), o Comitê de Sustentabilidade e o time de sustentabilidade atuam na identificação contínua dos riscos socioambientais relevantes de nossa cadeia de valor.

O ciclo de vida dos produtos de moda envolve uma rede composta por diferentes atores — desde a geração da matéria-prima, passando pela fabricação do tecido, a manufatura do produto até sua venda ao usuário final e o impacto no uso e descarte pós-consumo —, com diferentes potenciais de impactos socioambientais negativos. A gestão desses impactos se torna um desafio ainda maior frente à necessidade do setor nos últimos anos de aliar a crescente demanda por agilidade, eficiência e controle de despesas ao desenvolvimento sustentável, responsável e gerador de valor em toda a cadeia.

Conheça a seguir os principais impactos socioambientais do setor e como buscamos mitigá-los — em nossa operação e além dela — e promover estruturas, processos e relações cada vez mais sustentáveis.

| CENÁRIO GLOBAL DO SETOR*  | FATOR DE IMPACTO DO SETOR  | ETAPA DO CICLO DE VIDA QUE GERA O IMPACTO SIGNIFICATIVO  | ESTRATÉGIA DE MITIGAÇÃO DA COMPANHIA  |
|---|--|--|---|
| <p><b>INTENSO CONSUMO DE MATÉRIA-PRIMA:</b><br/>25 milhões de toneladas de algodão por ano, 6º maior cultivo em extensão de terra</p>   | <p><b>USO DE PESTICIDAS:</b> na lavoura de algodão, degrada solo e lençol freático e afeta saúde e segurança dos trabalhadores</p>   |   | <p>Uso de matérias-primas menos impactantes (pg 46)</p>   |
| <p><b>ALTA DEMANDA DE PRODUÇÃO:</b><br/>setor produz no mundo 80 bilhões de peças por ano (sem contar pequeno varejo e mercado informal), aumento de 400% nos últimos 20 anos.</p> <p>Nos Estados Unidos o descarte de roupas é responsável por 4% dos resíduos sólidos urbanos, com uma média de 18 kg por habitante**</p> | <p><b>USO DE PRODUTOS QUÍMICOS:</b><br/>no processamento de matérias-primas (produção dos tecidos) e no beneficiamento do processo produtivo (tinturaria, estamparia, lavanderia, etc.), pode contaminar corpos d'água onde são descartados e afetar saúde dos trabalhadores e dos consumidores</p> <p><b>CONSUMO INTENSO DE ENERGIA:</b><br/>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</p> <p><b>CONSUMO INTENSO DE ÁGUA:</b><br/>no processamento de matéria-prima e ao longo da vida útil do produto, em seu uso pelos consumidores</p> <p><b>GERAÇÃO INTENSA DE RESÍDUOS:</b> nas confecções, nos processos de construção e reforma de lojas e ao fim do ciclo de vida, no descarte das peças pelos consumidores</p> | <br>  <br> <br>   | <p>Gestão de químicos em auditorias nos fornecedores de revenda (pg 36)</p> <p>Gestão da conformidade, qualidade e desenvolvimento de fornecedores de revenda (pg 35)</p> <p>Gestão para ecoeficiência em construções, reformas e operação de lojas (pg 39)</p> <p>Diagnóstico ambiental de fornecedores de revenda (pg 36)</p> <p>Projetos de fechamento do ciclo de vida do produto (pg 48)</p> |
| <p><b>SETOR INTENSO EM MÃO DE OBRA:</b><br/>é o 3º maior setor industrial do mundo, com cerca de 60 milhões de trabalhadores</p>  | <p><b>PRECARIZAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE TRABALHO:</b> nas lavouras, no processamento de matéria-prima e confecções, que podem gerar impacto negativo em responsabilidade social</p>  |     | <p>Gestão da conformidade, qualidade e desenvolvimento de fornecedores de revenda (pg 35)</p>   |

**POLÍTICAS DE GESTÃO PARA CONTROLE DOS RISCOS**

- Política de Sustentabilidade
- Código de Conduta para Colaboradores
- Política de Relacionamento com Fornecedores de Revenda
- Código de Conduta para Fornecedores

**LEGENDA**

- ETAPA INTERNA AO NEGÓCIO DA LOJAS RENNER S.A.



- ETAPAS EXTERNAS AO NEGÓCIO



\* Dados do documentário *The True Cost*, dirigido por Andrew Morgan em 2015

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

Participamos ativamente na liderança de organizações para o desenvolvimento do setor. Somos membro do Comitê de Sustentabilidade e do Comitê de Pessoas do Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV), membro da Better Cotton Initiative (BCI) — iniciativa mundial para algodão certificado produzido de forma menos impactante —, associados ao Instituto Ethos, membro 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) e participamos de reuniões da Diretoria Executiva e de grupos de trabalho com focos específicos da Associação Brasileira Do Varejo Têxtil (ABVTEX), como o Comitê Jurídico, GT Fornecedores e GT Qualidade e Sustentabilidade.

# RESULTADOS ECONÔMICOS E FINANCEIROS

## CENÁRIO

### MACROECONÔMICO

R\$ 6,8 trilhões PIB Brasil  
3,75% Inflação IPCA  
6,50% Taxa de Juros Selic

+ 1,3%\*  
+ 0,76 p.p.\*  
- 0,5 p.p.

**32,4% do PIB proveniente da arrecadação de impostos em 2017 (último dado disponível):**

R\$ 1,4 trilhão federais (68,4%)  
R\$ 547,1 bilhões estaduais (25,4%)  
R\$ 133,2 bilhões municipais (6,18%)

### LOJAS RENNER S.A.

Receita Líquida de Vendas de Mercadorias · R\$ 7.485,4 milhões + 13,4% | + 7,4% vendas em mesmas lojas

Ebitda Ajustado de Varejo · R\$ 1.423,9 milhões + 24,4%

Ebitda Ajustado de Produtos Financeiros · R\$ 349,4 milhões + 5,4%

Ebitda Ajustado Total · R\$ 1.773,3 milhão + 20,2%

Margem Ebitda Ajustada Total · 23,7% + 1,3 p.p.

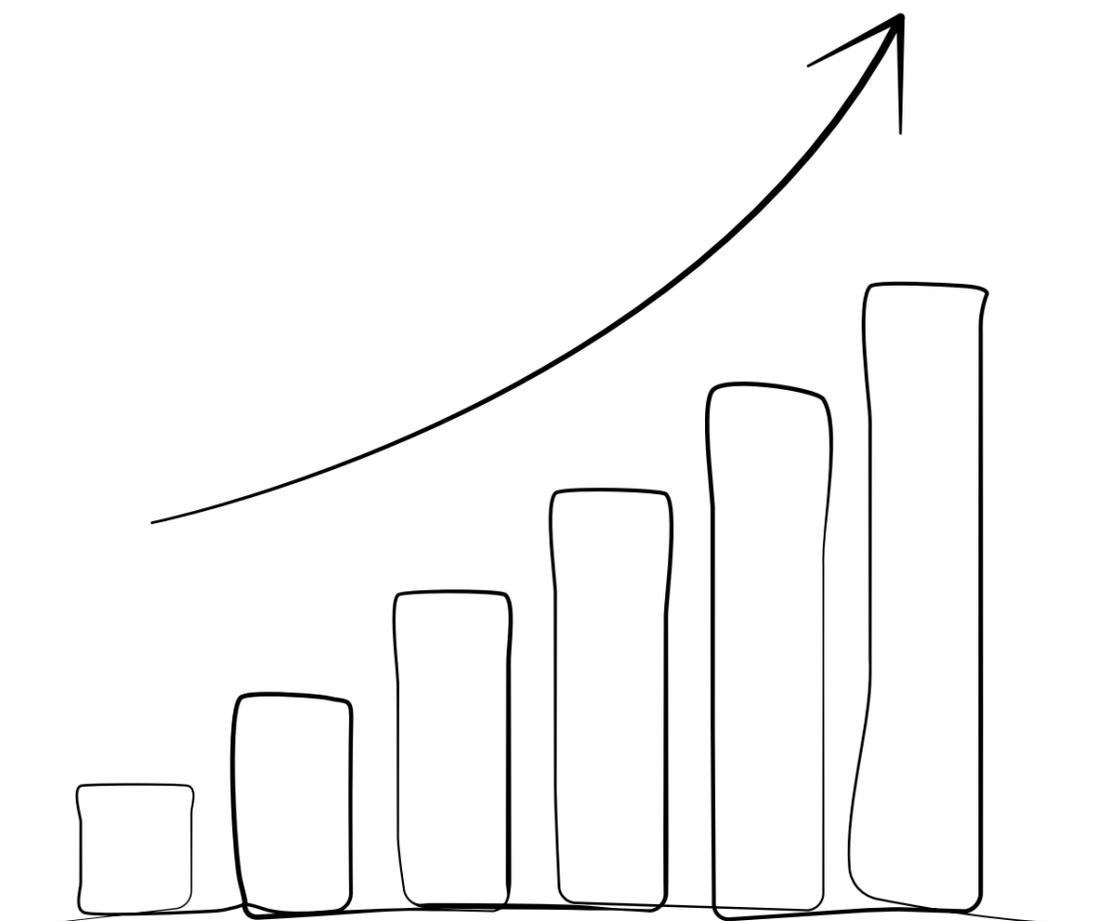
Endividamento Líquido · R\$ 505,3 milhões - 23,4%

Lucro Líquido · R\$ 1,0 bilhão + 39,2%

**45,5% do valor adicionado gerado no ano revertido à sociedade, totalizando R\$ 2,4 bilhões, sob forma de impostos:**

R\$ 940,4 milhões federais (39,5%)  
R\$ 1,4 bilhão estaduais (57,9%)  
R\$ 62,6 milhões municipais (2,6%)

## EVOLUÇÃO EM 2018

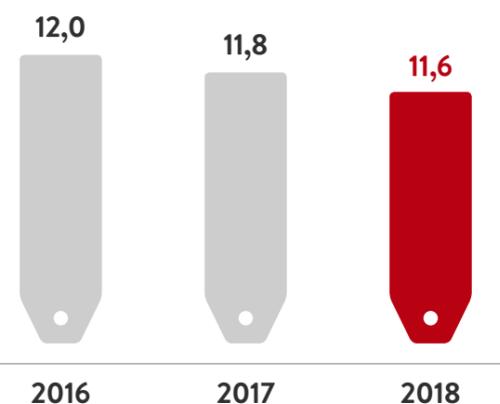


Conheça nossos resultados detalhados nas **Demonstrações de Resultado**, e os comentários da **Administração** sobre o desempenho do ano no **Relatório da Administração**, ambos parte de nosso **Balanço Anual**.

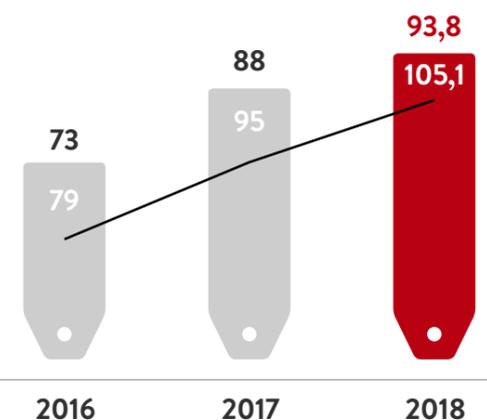
\*Estimativas do relatório Focus do Banco Central em janeiro de 2019.

## INDICADORES RELACIONADOS AO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR EM 2018

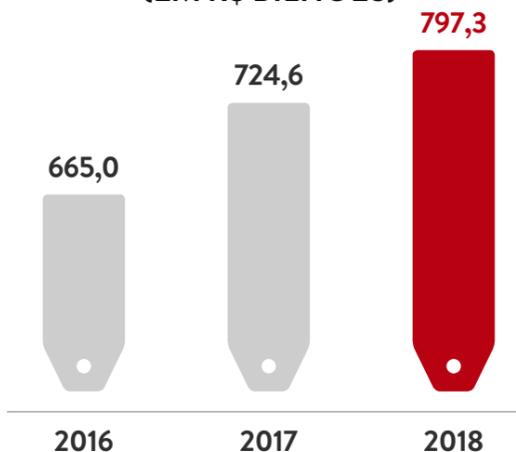
TAXA DE DESEMPREGO (EM %)



ÍNDICE DE CONFIANÇA (EM %)

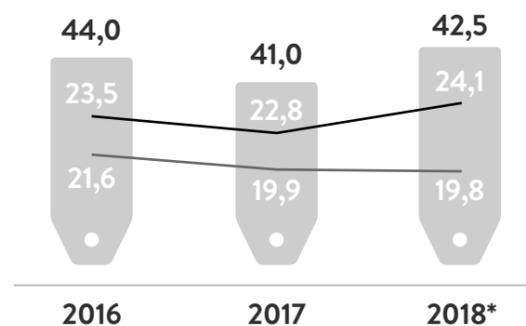


SALDO TOTAL NAS POUPANÇAS (EM R\$ BILHÕES)



■ Do consumidor  
— Do comércio (varejo restrito)

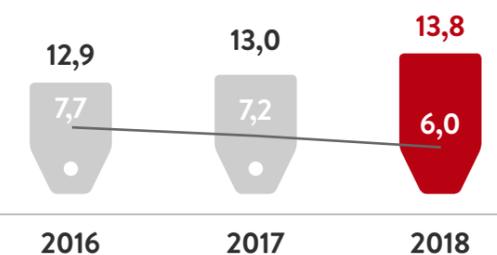
RENDA DAS FAMÍLIAS COMPROMETIDA COM DÍVIDAS (EM %)



■ % da renda comprometida  
— % da renda comprometida sem considerar dívida com habitação  
— % da renda comprometida com o serviço da dívida - com ajuste sazonal

\*Dados do Banco Central até novembro de 2018

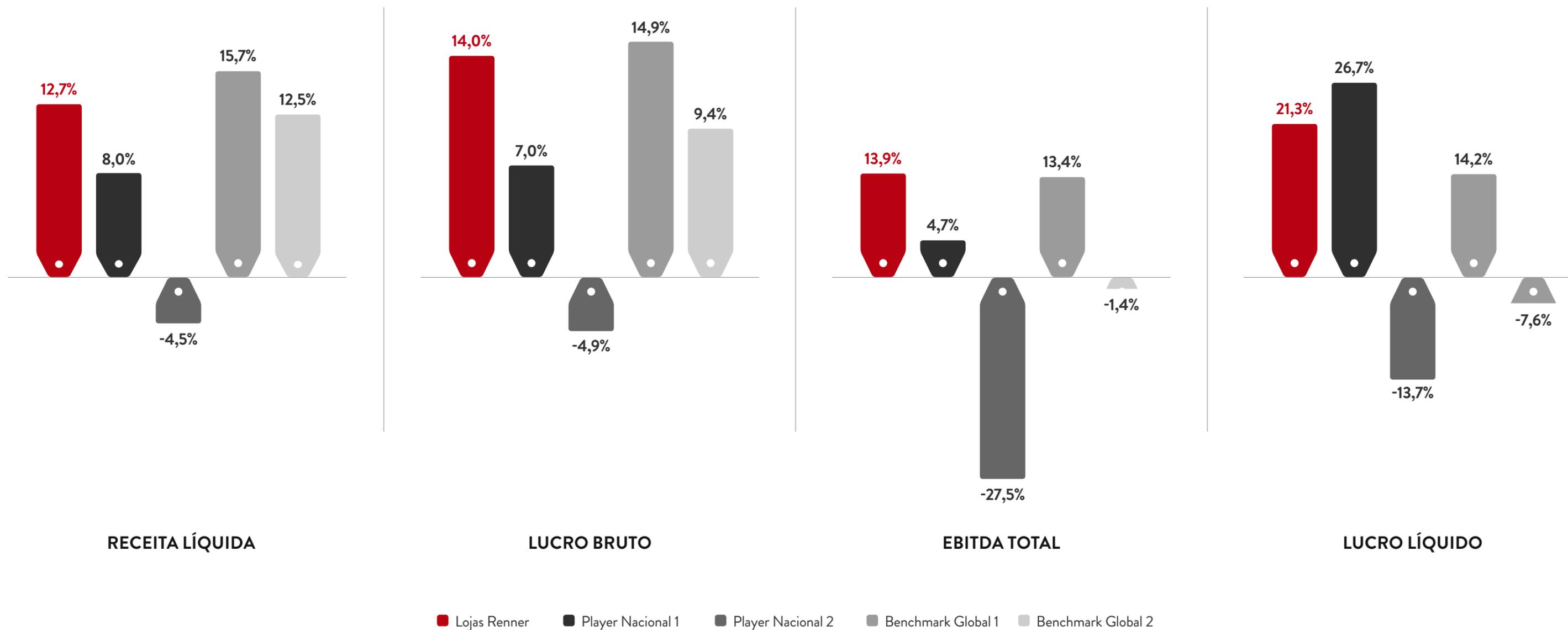
EVOLUÇÃO DO CRÉDITO PARA PESSOA FÍSICA (EM %)



■ crédito pessoa física/PIB (final de cada período)  
— Taxa de inadimplência pessoa física (média de cada período)

Fonte:  
Banco Central, IBGE e apresentação institucional Lojas Renner S.A.

## CRESCIMENTO MÉDIO LOJAS RENNER S.A. VS. PARES (2014-2018)



Fonte:  
Relatórios de Resultados das Companhias

# ESTRATÉGIA

## CENÁRIO

### PLANO DE EXPANSÃO ATÉ 2021

**450** RENNEN

**300** YOUCOM\*

**125** CAMICADO



Início do 5º ciclo de desenvolvimento com foco na transformação digital para atender às novas formas de consumo e seguir encantando o cliente com eficiência e multicanalidade

## EVOLUÇÃO EM 2018

### EXPANSÃO CONTÍNUA

44 NOVAS LOJAS

21  10  10 YOUCOM 3 ASHUA

### TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

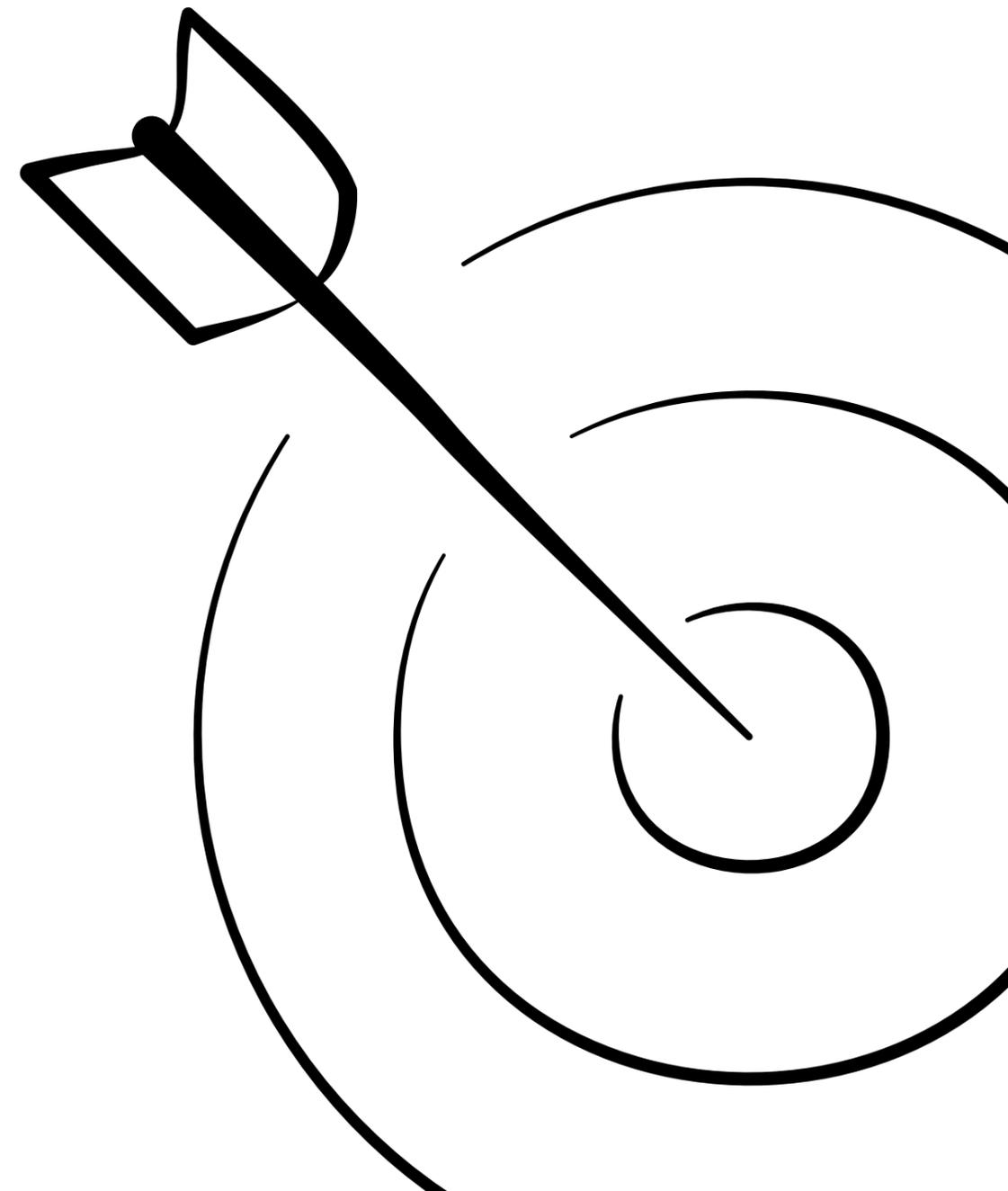
- Melhora da experiência do cliente por meio da tecnologia: projetos e soluções multicanalidade para estarmos presentes com qualidade, eficiência e conveniência em todos os canais na venda e pós venda (pg. 25)
- Desenvolvimento de soluções de *Big Data* e *Business Intelligence* para dar eficiência à definição de coleções, reatividade aos fornecedores e à logística e distribuição (pg. 27)

### EVOLUÇÃO LOGÍSTICA

- Redução do tempo de entrega dos produtos para lojas
- Expansão do CD do Rio de Janeiro e revisão do seu *layout* para garantir maior produtividade e agilidade no atendimento.

### DIRETRIZES ESTRATÉGICAS DE SUSTENTABILIDADE

- Conclusão da primeira metade do ciclo de moda responsável 2016-2021 e lançamento do selo Re Moda Responsável
- Definição do planejamento estratégico de sustentabilidade da Camicado



\*Potencial estimado.

# TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

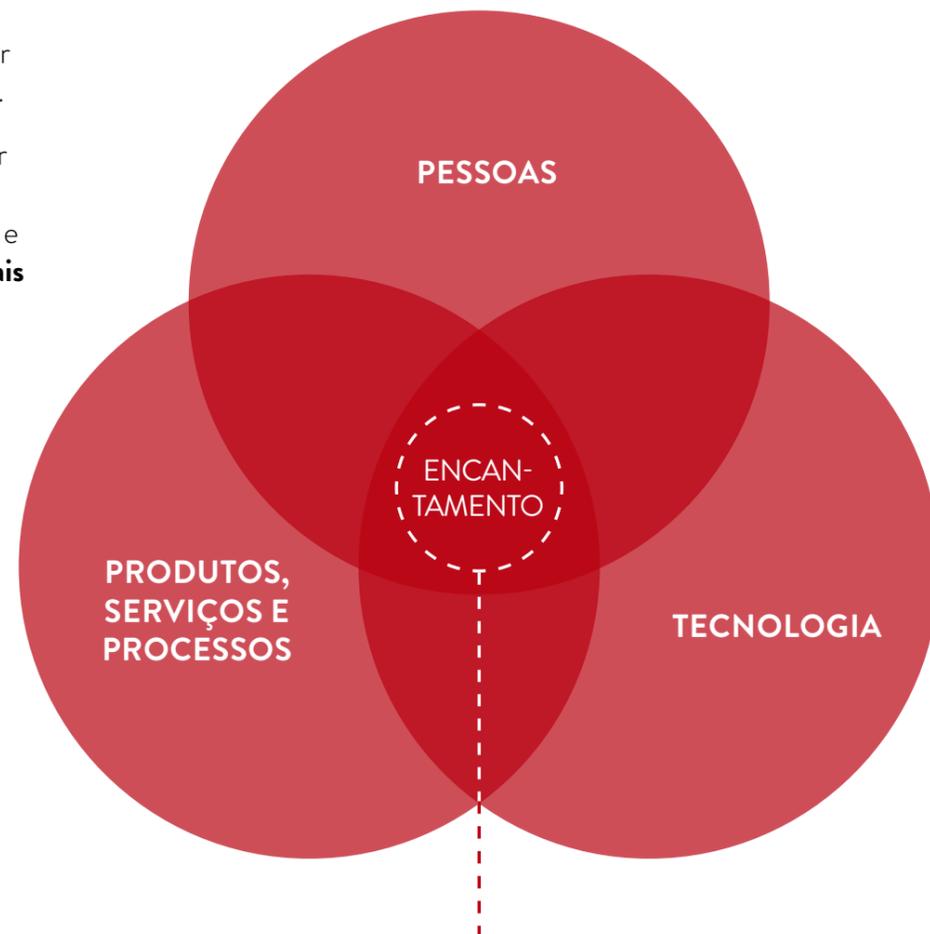
Nos últimos anos trabalhamos intensamente na revisão e modernização tecnológica da nossa operação, dando mais eficiência ao negócio e nos preparando para os desafios futuros de um mundo cada vez mais digital e conectado. Com essas bases prontas, o ano de 2018 foi marcado pela preparação para um novo ciclo, focado na transformação digital a partir da adoção de novas tecnologias e na formação de uma cultura e ambiente de trabalho com maior inovação, experimentação e agilidade.

## O QUE É SER DIGITAL PARA A RENNER?

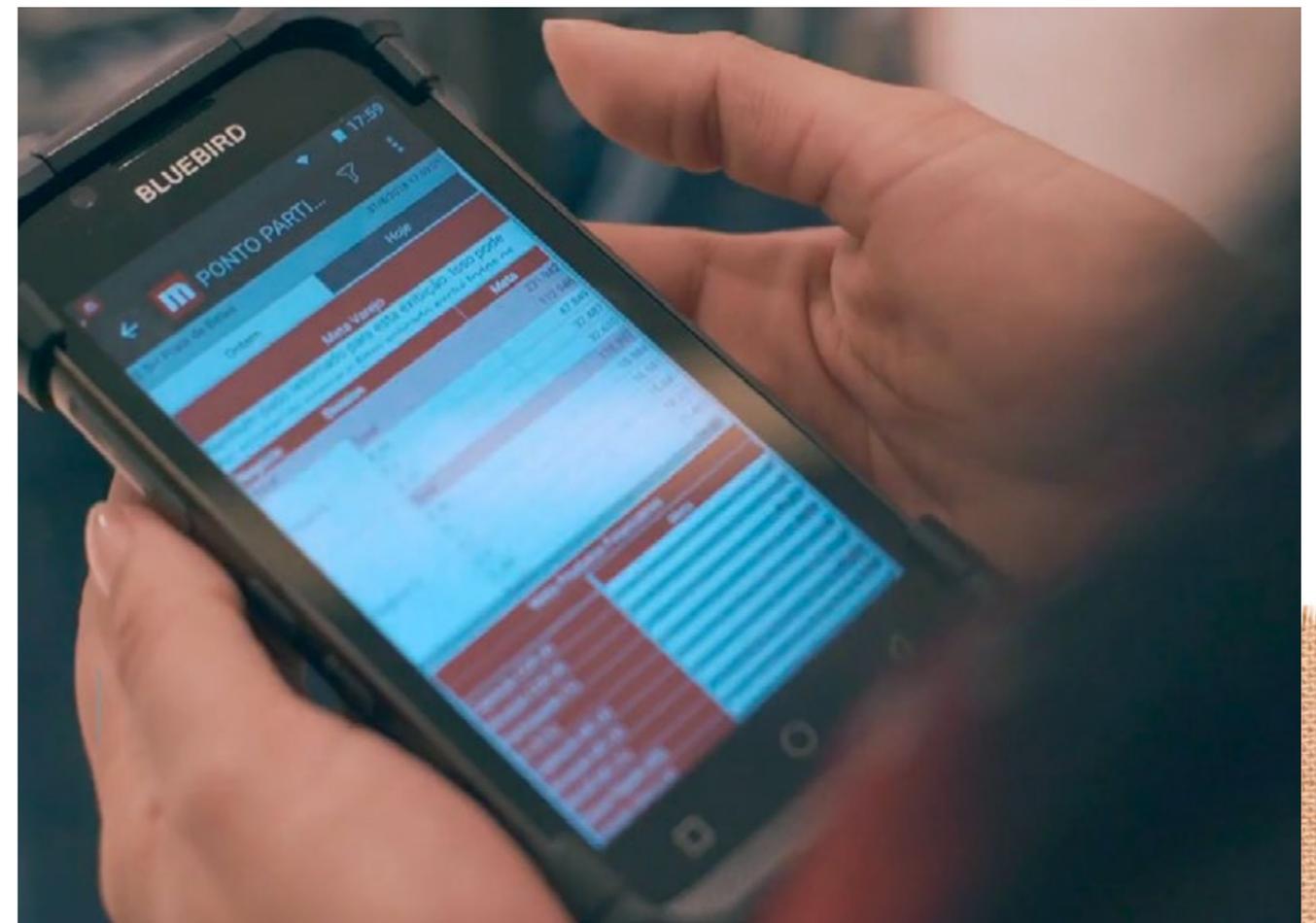
Ser digital é muito mais sobre **peças** do que sobre tecnologia.

É absorver tecnologia para cumprir e reforçar nossa **proposta de valor**.

Usar a tecnologia como habilitador para transformar a **experiência do cliente**, os processos operacionais e o modelo de negócio, trazendo **mais receitas e eficiência operacional**.



“ENCANTAR É A NOSSA REALIZAÇÃO”



## CULTURA DE INOVAÇÃO

Fundamental para endereçar as mudanças necessárias em nossa trajetória de transformação digital é a construção e disseminação de uma cultura de inovação. Para isso, criamos diferentes ferramentas para que a inovação esteja cada vez mais intrinsecamente presente no dia a dia de todos, estimulando a criatividade, a agilidade e a autonomia para que novas ideias possam ser criadas, aplicadas e aprimoradas.

### AGILE FASHION

Iniciativa criada para acelerar a transformação cultural para a inovação, que prevê a capacitação em metodologias ágeis para pessoas envolvidas na execução de projetos estratégicos para a Companhia. Em 2018, cerca de 40% dos nossos projetos estratégicos já usavam metodologias ágeis.

### RENNER EXPERIENCE

Grupo de lojas em que implantamos primeiro as novas tecnologias para testá-las em um ambiente real e identificar as melhorias necessárias para o desdobramento de sua implantação, garantindo o encantamento de nossos clientes e colaboradores.

### PARCERIAS COM STARTUPS

Temos atuado em colaboração com polos de inovação de ponta para acelerar a transformação digital. Firmamos um acordo de cooperação com o Parque Científico e Tecnológico da PUC-RS (Tecnopuc) e mapeamos mais de uma centena de *startups* relacionadas com o negócio, das quais nove estão em etapa de “aproximação”, em que nos apresentam seus projetos, e seis em etapa mais avançada, com o desenvolvimento de Prova de Conceito para avaliarmos na prática a inovação proposta.



## CICLO DIGITAL

O uso da tecnologia para nos dar informações que embasem a tomada de decisão aumenta nossa assertividade, gerando bons resultados, tanto no encantamento do cliente, como ao evitar desperdício de recursos financeiros, humanos e de materiais e, assim, promover mais eficiência e um modelo de atuação de menor impacto socioambiental.

Por isso, implantamos em 2018 novas tecnologias e processos para sermos cada vez mais assertivos, desde o lançamento de coleções — aprimorando o processo de captação de tendências com base em análises preditivas —, até a distribuição e venda do produto para garantir uma atuação ágil e levar ao cliente os produtos desejados quando e onde ele quiser.

### VISÃO ÚNICA DO CLIENTE

Um dos nossos valores e diferenciais competitivos é o encantamento. Existimos para encantar o cliente e, em um cenário de constantes mudanças digitais que influenciam na forma como as pessoas se relacionam e consomem, queremos oferecer soluções que continuem excedendo as expectativas dos nossos clientes proporcionando uma experiência de relacionamento personalizada e consistente.

### PRINCIPAIS INICIATIVAS EM 2018

#### VAREJO

- Atendimento ágil e simplificado pelo WhatsApp por meio de atendentes virtuais;
- Monitores *touch* para acompanhamento dos clientes nos caixas;
- Dispositivos de venda móvel para a finalização da compra do cliente em qualquer lugar da loja e consulta de disponibilidade de produto na loja ou em lojas próximas em tempo real;
- Projeto piloto com o *app* Renner Pague Digital em três lojas para que o cliente possa finalizar e pagar suas compras em qualquer lugar da loja com o seu próprio *smartphone*;
- Encantômetro digital, que permite monitorarmos de maneira centralizada a experiência de encantamento do cliente e corrigir problemas com agilidade;
- Vale-presente *omnichannel* para o cliente usar onde preferir, *online* ou em lojas físicas;
- Novo *e-commerce* com opção de comprar com um *click*, buscar por imagem, lista de desejo, compra *online* com retirada em loja física, troca fácil e vale-troca integrado e para que o cliente possa trocar seu produto em qualquer loja física; e
- Novos sites *e-commerce* Camicado e Youcom.

#### PRODUTOS FINANCEIROS

- Dispositivo para emissão de cartão Renner pelo atendimento, por meio da biometria facial, em qualquer ponto da loja;
- *App* com facilidades e conveniência: simulação e contratação de Saque Rápido e emissão de Cartão Renner com aprovação de crédito para compra imediata;
- Alinhamento do *app*, site e totem de serviços nas lojas para a mesma experiência do cliente na gestão de seus serviços Realize;
- Melhoria da interface do canal de atendimento ao cliente, com uso de inteligência artificial; e
- Ambiente *online* exclusivo para negociação de pagamentos em atraso.



## DATA DRIVEN DECISION PARA O CICLO DE VIDA DO PRODUTO

### DISTRIBUIÇÃO 100% DATA-DRIVEN

Em 2018, criamos modelos e algoritmos de previsão de demandas que nos permitiram chegar em uma previsibilidade no nível de estoque de produto por loja. Ainda em 2018, rodamos um experimento no qual conseguimos realizar uma operação de distribuição e alocação de produtos em loja 100% orientada por dados (*data-driven*). Em 2019, expandiremos esse modelo para todas as lojas da Renner.

### DIGITALIZAÇÃO DO PROCESSO DE SORTIMENTO

Todo nosso processo de sortimento das marcas está sendo integrado e digitalizado. Com esta etapa finalizada, ainda em 2019, começaremos a aplicar modelos preditivos para capturarmos com agilidade o comportamento de compra de nossos clientes em relação aos produtos lançados, possibilitando a readequação dos pedidos aos fornecedores para trazer tamanhos, estampas e peças que tiveram melhor aceitação.

### CAPTURE DE TENDÊNCIA

Em 2018, contamos com o apoio de *startups* para aprimorar nosso processo de captura de tendências e gerar *insights* para, em 2019, iniciarmos a construção de uma solução de Inteligência Artificial (IA) que nos permitirá calcular a probabilidade de sucesso das nossas apostas de tendência. Ainda em 2019 rodaremos um experimento com uma coleção para calibrar nossos modelos de IA.

## PRINCIPAIS INICIATIVAS EM 2018

- **GANHOS DE PRODUTIVIDADE**  
mudança nas etiquetas de segurança e modernização da interface de operação dos caixas, que geraram agilidade no atendimento e redução do tempo de treinamento operacional.
- **VENDA MÓVEL**  
experiência de compra finalizada pelo colaborador em qualquer lugar da loja e consulta de disponibilidade de produto, na própria loja ou em lojas próximas, em tempo real.
- **RENNER PAGUE DIGITAL**  
experiência de compra efetuada pelo cliente em seu *smartphone*, de qualquer lugar da loja.
- **GESTÃO ONLINE**  
acompanhamento da performance e vendas em tempo real e em qualquer lugar da loja, permitindo que o gestor passe mais tempo em contato com sua equipe e clientes.
- **REMARCAÇÃO E REPOSIÇÃO NA ÁREA DE VENDAS**  
novos processos e tecnologias para remarcação de preços do produto na área de vendas e reposição de produtos com mais agilidade, velocidade, assertividade e menos consumo de papel.
- **RFID (*Radio Frequency Identification*)**  
estamos implantando identificação RFID nos produtos, que, por meio da radiofrequência, nos permite capturar dados em tempo real de cada produto, como se cada um tivesse um CPF próprio, reduzindo a ruptura, agilizando o processo de inventário e melhorando a experiência de compra do cliente.

**ADEQUAR OS CANAIS DE VENDA**  
(INFRAESTRUTURA FÍSICA,  
SISTEMAS E PROCESSOS)

**EQUALIZAR AS PRÁTICAS NOS CANAIS DE VENDA**  
(PREÇO, CONDIÇÕES E FORMAS DE PAGAMENTO)

**ORQUESTRAR  
OS ESTOQUES**



**ENTREGAR UMA EXPERIÊNCIA DE  
PÓS VENDA OMNICHANNEL**

# DIGITALIZAÇÃO PARA EFICIÊNCIA

## APOIO À CRIAÇÃO DAS COLEÇÕES

### PRODUCT LIFECYCLE MANAGEMENT (PLM)

Iniciamos a implantação de software de gestão da base de conhecimento para apoiar o processo de desenvolvimento de coleções, gerando ganhos de agilidade e assertividade.

## RASTREABILIDADE E REATIVIDADE DE FORNECEDORES

### BLOCKCHAIN

Iniciamos um projeto piloto para uso da tecnologia *blockchain* para rastreabilidade da cadeia de fornecedores de revenda da Renner, com maior facilidade, confiabilidade e transparência.

### NOSSA REDE

Criação de portal para conexão direta e facilitada com fornecedores de revenda, dando agilidade e organização ao relacionamento.

## EFICIÊNCIA E AGILIDADE NA OPERAÇÃO

### AUTOMAÇÃO ROBÓTICA

Implementamos robôs de automação e processos de *machine learning* para aprimorar sistemas, promovendo a redução de atividades manuais e o aumento de produtividade.

### INOVAÇÃO EM TESOURARIA E CONCILIAÇÃO

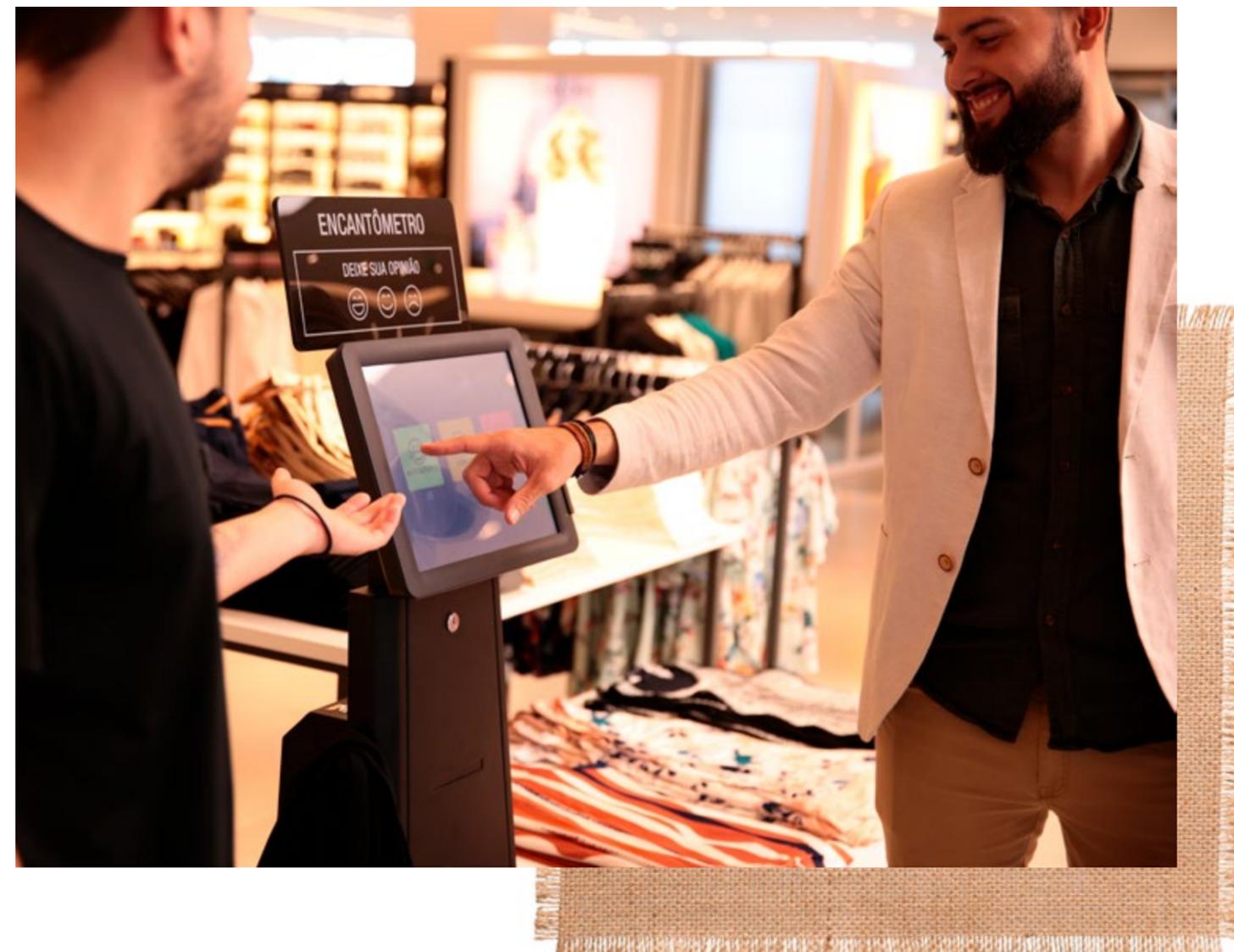
Automatizamos a plataforma de tesouraria, ganhando segurança, rastreabilidade e produtividades nos processos das lojas.

### ATENDENTES VIRTUAIS INTERNAS

Criamos atendentes virtuais para os colaboradores, agilizando solução de dúvidas e problemas.

### PEOPLE ANALYTICS

Uso de ferramentas de análise avançada de dados na área de Recursos Humanos, correlacionando dados de colaboradores com todos os outros dados da empresa.



# EVOLUÇÃO DO MODELO LOGÍSTICO

Nossa malha de distribuição conta com dois Centros de Distribuição (CDs) nos Estados do Rio de Janeiro e Santa Catarina e um *cross docking* em São Paulo, que tem a função de consolidar os volumes distribuídos nos CDs para enviar em caminhões menores para as lojas, que abrangem as operações das Lojas Renner, Youcom, Ashua e *E-commerce*. Há também um CD em São Paulo dedicado às operações da Camicado. A frota que realiza as entregas às lojas e movimentações entre as operações, por sua vez, é terceirizada.

Em 2018, entregamos transformações importantes e evoluímos nossa operação atingindo novos patamares de produtividade, velocidade e precisão.

## EXCELÊNCIA OPERACIONAL

Por meio da revisão de processos e disciplina na execução de metodologias de melhoria contínua, conseguimos alcançar uma redução de 7% no prazo de entrega de nossas lojas mantendo ainda bons índices de pontualidade nas entregas em loja.

Todos os resultados e crescimentos alcançados foram suportados por equipes cada vez mais engajadas, com um amplo trabalho de formação de líderes e aproximação das equipes no dia a dia de trabalho, que resultou em nível de engajamento de 80% (cerca de 10 p.p. maior em relação ao ano anterior), entrando na zona de alta performance.

## ENTREGAS NOTURNAS

Buscando mais velocidade nas entregas para lojas, iniciamos um projeto piloto de entregas noturnas de produtos em cinco lojas de São Paulo, que tem mostrado melhoria no nível de serviço, pois permite que as lojas iniciem suas atividades pela manhã com mais agilidade. Com a entrega noturna, também podemos circular nos grandes centros com veículos maiores, carregando mais produtos, ganhando eficiência e reduzindo os quilômetros rodados, consumo de combustível e emissões de gases de efeito estufa por produto transportado. Em 2019, prevemos a expansão do número de lojas com entregas operando neste modelo.

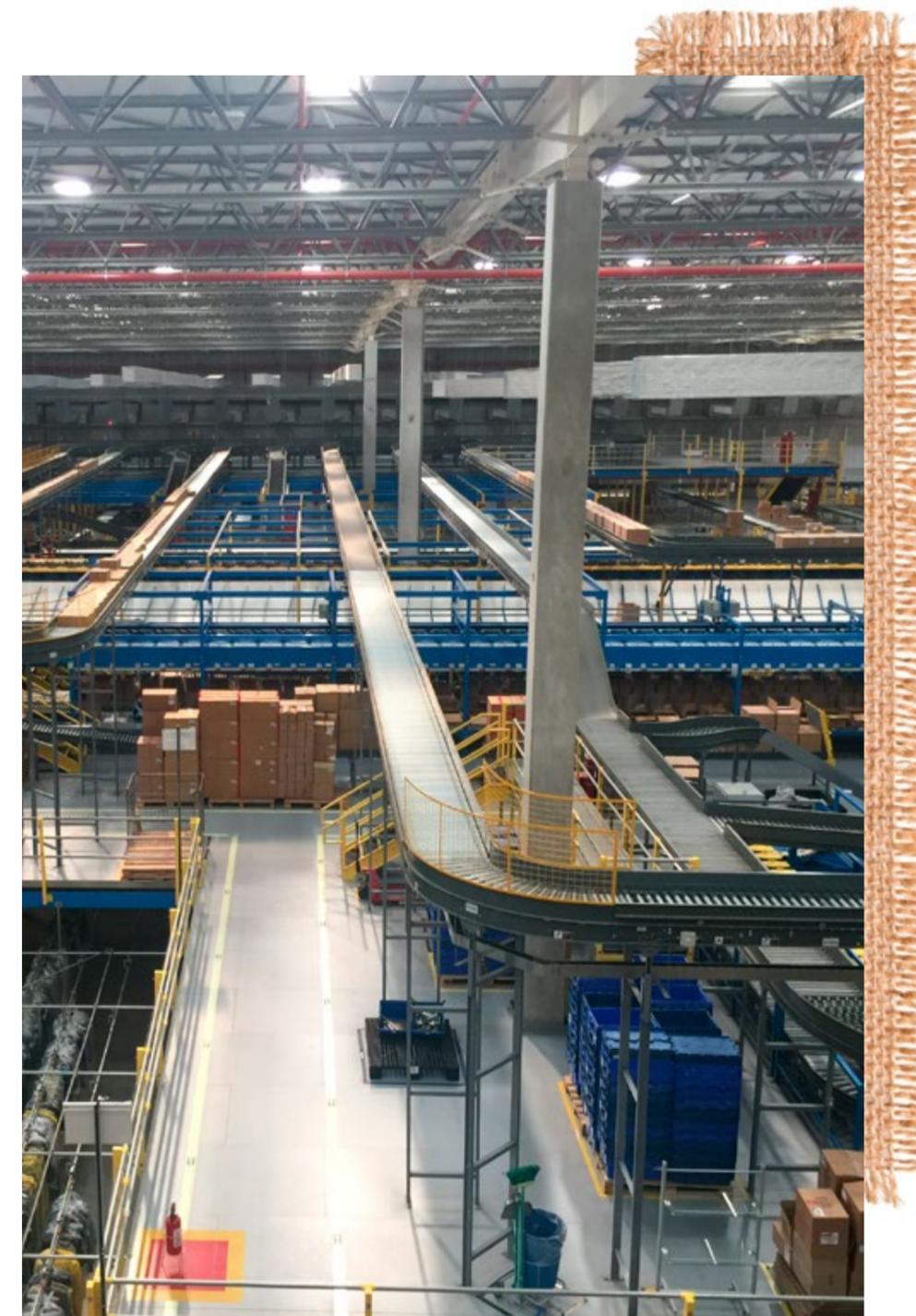
## E-COMMERCE

Para suportar o aumento do *e-commerce*, em 2018 expandimos o CD do Rio de Janeiro e revisamos seu *layout* para garantir maior produtividade e agilidade no atendimento.

## EVOLUÇÃO DO MODELO DE PUSH AND PULL

Em 2018, concluímos a implantação do novo modelo *push and pull* para itens básicos, conseguindo apurar uma redução de 65% na ruptura de estoque em loja na comparação entre os anos de 2018 e 2016, ganho de eficiência que impulsionou um significativo crescimento de vendas dos itens básicos no período.

Além disso, desenvolvemos e testamos nos CDs novos processos para implementação do *push pull* para itens de coleção, que requerem alta agilidade no recebimento, armazenagem, distribuição e envio de produtos para as lojas.



# DIRETRIZES ESTRATÉGICAS DE SUSTENTABILIDADE

GRI 102-44

## MODA RESPONSÁVEL

Acreditamos que a moda deve ser justa, consciente e responsável e nossas diretrizes estratégicas de sustentabilidade orientam nossa atuação para isso. Em 2018, alcançamos a metade do ciclo proposto para essas diretrizes (2016-2021) com importantes avanços em todos os pilares, apresentados em detalhes nos capítulos a seguir.

### 1 FORNECEDORES RESPONSÁVEIS

#### Objetivo 1

Gerar valor com base no respeito ao meio ambiente, aos direitos humanos e de trabalho

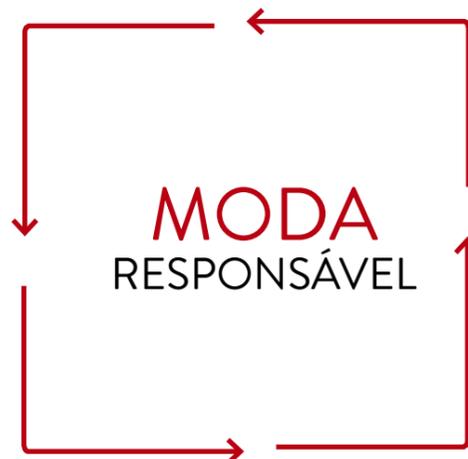
### 2 GESTÃO ECOEFICIENTE

#### Objetivo 2

Identificar/mensurar/reduzir: água, energia, químicos, resíduos, emissões de GEEs

#### Objetivo 3

Inovar no desenvolvimento de matérias-primas e processos menos impactantes



### 4 PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS

#### Objetivo 5

Entregar linhas de produtos e serviços sustentáveis, com qualidade, e comunicar o valor ao cliente

### 3 ENGAJAR: COLABORADORES, COMUNIDADES E CLIENTES

#### Objetivo 4

- 4.1 Engajar colaboradores (agentes e líderes em sustentabilidade)
- 4.2 Comunidades (empoderamento da mulher na cadeia têxtil)
- 4.3 Clientes (consumo consciente)

Com as bases construídas nesses últimos três anos, em 2018 lançamos ao público o selo Re Moda Responsável, que simboliza nosso jeito de pensar e praticar a sustentabilidade e identifica nossos produtos, serviços e iniciativas voltadas para o tema.

Junto do lançamento de Re Moda Responsável, também assumimos novas metas e compromissos até o final deste ciclo, em 2021:

- 80% de produtos menos impactantes, sendo 100% de algodão certificado
- 100% da cadeia nacional e internacional de revenda com certificação socioambiental
- 75% do consumo de energia corporativo será de fontes de energias renováveis (fonte de energia renovável considerada: pequenas centrais hidrelétricas (PCHs), solar, eólica e biomassa)
- 20% de redução das emissões absolutas de CO<sub>2</sub> frente ao inventário 2017

Conheça mais sobre Re no seu [vídeo de lançamento](#) e no [nosso blog](#).

A solidez da nossa estratégia 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. Fomos selecionados pelo 5º ano consecutivo para o **Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3** e para o **Dow Jones Sustainability Index (DJSI)**, que conta com 317 empresas de 30 países e apenas sete brasileiras.

## INOVAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE

Lançamos o **CONCURSO REINVENTE**, em que estudantes, profissionais e demais interessados de todo o Brasil tiveram a oportunidade de apresentar projetos com soluções para todos os elos da cadeia de valor do varejo de moda, dentro do conceito de sustentabilidade e economia circular, em quatro categorias:

### **MATÉRIA-PRIMA | 70 INSCRITOS**

Soluções de matérias-primas ou processos de obtenção de matérias-primas inovadoras

**Vencedor:** Renan Serrano e Fabricio Tardim — Redesfibra.com

### **PRODUÇÃO | 97 INSCRITOS**

Soluções para o processo de criação e/ou produção no segmento de moda

**Vencedor:** Roberta Negrini — Joaquina Brasil — Moda com impacto socioambiental positivo

### **VAREJO | 36 INSCRITOS**

Soluções voltadas para o ambiente construído de loja e/ou operação logística

**Vencedor:** Fernanda da Costa Silva — Loja-Modelo: estudo de logística e sustentabilidade para loja de roupas

### **PÓS-CONSUMO | 139 INSCRITOS**

Soluções de fechamento de ciclo para qualquer produto ou subproduto das etapas anteriores

**Vencedor:** Caroline Camargo Régio e Lorena Mayra Schluga — A implantação da economia circular através da Use — Clothes for Us

Os vencedores de cada categoria receberam prêmio de R\$ 25 mil e participaram de um evento de premiação em nossa sede. As ideias premiadas também foram reunidas em um livro de referência sobre a sustentabilidade na moda, trazendo uma importante fundamentação do tema.

Conheça a publicação no **nosso site**.



# CAMICADO

Em 2018, a Camicado concluiu o desenvolvimento de seu planejamento estratégico de sustentabilidade, alinhado à estratégia de Moda Responsável e considerando as especificidades do negócio. Foram definidos quatro temas prioritários para os próximos três anos.

## 1 ORIGEM JUSTA E RESPONSÁVEL

(correspondente aos Fornecedores Responsáveis)

Responsabilidade social e ambiental com a cadeia de fornecimento, com os processos de desenvolvimento e a produção de produtos e a definição de matérias-primas de menor impacto ambiental.

## 2 CONSUMO ECOEFICIENTE

(correspondente à Engajar Clientes)

Capacitação de equipes e conscientização do cliente para o tema.



## 4 PESSOAS

(correspondente à Engajar Colaboradores)

Fortalecimento da cultura da diversidade e sustentabilidade na Camicado, por meio do programa de inserção e conscientização, melhorando ainda mais os indicadores de equidade e diversidade na empresa.

## 3 DESTINAÇÃO ADEQUADA

(correspondente à Gestão Ecoeficiente)

Gestão dos resíduos sólidos da operação do negócio, bem como da logística reversa pós-consumo.

Acompanhe a evolução e as metas de cada pilar da estratégia de sustentabilidade da Camicado e da estratégia de Moda Responsável nos próximos capítulos.



# FORNECEDORES RESPONSÁVEIS

GRI 102-9, 103-1, 103-2, 103-3, 204-1

## CENÁRIO

R\$ **4,6** BILHÕES  
GASTOS COM

**2.099**  
FORNECEDORES

525 DE REVENDA  
 **67,4%**  
DOS GASTOS

1.574 ADMINISTRATIVOS  
 **32,6%**  
DOS GASTOS

### DISTRIBUIÇÃO DOS GASTOS COM FORNECEDORES DE REVENDA

**66%**  
BRASIL

**34%**  
INTERNACIONAIS

2.707 VISITAS TÉCNICAS E  
1.721 AUDITORIAS DOCUMENTAIS

## EVOLUÇÃO EM 2018

- Revisão e consolidação das diretrizes do Código de Conduta para Fornecedores
- Aprofundamento do monitoramento da gestão ambiental nos fornecedores de revenda
- Gestão de uso de produtos químicos em auditorias em fornecedores de revenda
- Avanço do monitoramento de fornecedores de revenda internacionais
- Projeto piloto para uso de *Blockchain* na rastreabilidade do produto
- Processos de homologação e monitoramento de fornecedores administrativos estendidos a fornecedores de logística e de manutenção
- Inclusão da avaliação de mecanismos de integridade no processo de homologação de fornecedores administrativos
- Início da estruturação do programa de gestão de fornecedores de revenda na Camicado

# COMPROMISSOS E PRINCÍPIOS

GRI AF1, AF6, AF7, 102-12, 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2

O relacionamento com a cadeia de fornecimento é diretriz fundamental em nossa estratégia de sustentabilidade. Por isso, essa gestão evolui ano a ano para que possamos potencializar nosso impacto positivo na construção de uma cadeia de fornecimento ética, responsável e, a cada dia, mais sustentável.

Trabalhamos próximos de nossos fornecedores buscando apoiar seus ciclos de desenvolvimento e sustentabilidade e promover seu alinhamento aos nossos objetivos e valores. Todos os fornecedores no ato da contratação assinam o Contrato Comercial e o Termo de Compromisso de Conduta Responsável, em que declaram estar de acordo com as condutas esperadas e em assumi-las em suas operações, em relação aos seguintes temas:

- Trabalho Infantil
- Trabalho Forçado ou Trabalho Escravo ou Análogo a Escravo
- Saúde e Segurança
- Liberdade de Associação e Participação Sindical
- Exploração Sexual Infantil
- Meio Ambiente
- Discriminação
- Práticas Disciplinares
- Expediente de Trabalho
- Remuneração
- Legalidade e Conformidade
- Práticas Anticorrupção
- Qualidade
- Direito Autoral
- Sigilo e Confidencialidade
- Comunicação e Postura com a Mídia

No Termo, também se comprometem a atuar orientados pelo nosso Código de Conduta para Fornecedores, que apresenta os valores e princípios a serem observados. O documento está disponível em nosso **site**, publicamente, e na Nossa Rede, portal que todos os fornecedores têm acesso e podem marcar o documento como lido.

Para os fornecedores administrativos e de revenda da Companhia identificados com maior risco de impacto, contamos também 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 nacionais), apresentados em detalhes nos subcapítulos a seguir.

Somos signatários do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo, gerido pelo Instituto InPacto, que promove a prevenção e a erradicação do trabalho escravo nas cadeias produtivas no País. Saiba mais em: <http://www.inpacto.org.br>

# FORNECEDORES ADMINISTRATIVOS

GRI 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2; AF3, AF4, AF6, AF8, AF9, AF13, AF14, AF17

## HOMOLOGAÇÃO

Para toda a Lojas Renner S.A., realizamos processo de homologação de fornecedores administrativos contratados nos setores de construção civil, desde 2015, e de logística e manutenção, desde 2018. O processo prevê a análise da documentação das empresas fornecedoras por empresa especializada, avaliando práticas e compromissos em relação a:

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

Ao todo, foram homologados 121 novos fornecedores de construção civil, logística e manutenção, que representam 17% do total de fornecedores administrativos, aumento de 8 pontos percentuais em relação ao ano anterior.

Em 2018, todos os fornecedores administrativos contratados de todos os segmentos, críticos e não críticos, também passaram a serem avaliados por nosso time de *Compliance*, no momento de sua homologação, em relação aos seus mecanismos de promoção da integridade.

## MONITORAMENTO E CONTROLE

### CONSTRUÇÃO CIVIL

Realizamos ações de monitoramento e controle das construtoras, gerenciadoras e seus fornecedores por meio de visitas técnicas sem agendamento nos canteiros de obras e alojamentos, feitas por empresas especializadas. A avaliação consiste na verificação de um *checklist* de itens e em entrevistas com trabalhadores, a fim de captar a percepção real da rotina de trabalho e das práticas. A visita origina um relatório encaminhado à empresa avaliada para adequações ou, até mesmo, descredenciamento.

Em 2018 foram 384 visitas em obras no Brasil e Uruguai, que corresponde a 100% das obras em suas diferentes etapas, e 78 em alojamentos no Brasil, que corresponde a 100% dos 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 expostos a trabalho perigoso ou ainda, de trabalho forçado ou análogo ao escravo junto aos fornecedores administrativos monitorados.

Também não foram registrados casos de não cumprimento dos requisitos legais ou acordo coletivos de trabalho sobre salários e horas extras, casos relacionado à discriminação ou qualquer descumprimento do Código de Conduta para Fornecedores.

## RECLAMAÇÕES OU DENÚNCIAS

Nosso **Código de Conduta para Fornecedores** disponibiliza canais para reclamações e denúncias e é divulgado aos fornecedores administrativos no momento da contratação e em workshops e *e-mails*. Para os fornecedores de construção civil, também divulgamos os canais *in loco*, por meio de cartazes.

# FORNECEDORES DE REVENDA

GRI 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2, AF2, AF3, AF4, AF5, AF8, AF9, AF13, AF14, AF15, AF16, AF17

## HOMOLOGAÇÃO

No processo de homologação de fornecedores de revenda, avaliamos sua documentação, sua situação financeira e realizamos visitas técnicas para assegurar que a empresa esteja alinhada aos nossos requisitos de contratação.

**Em 2018, implementamos no processo de homologação de fornecedores internacionais as visitas técnicas de responsabilidade social. Ao total, realizamos o processo de homologação de 100% das empresas fornecedoras de revenda nacionais e de 93% das empresas fornecedoras de revenda internacionais contratadas no ano.**

Adicionalmente, os fornecedores nacionais que atendem aos requisitos e são contratados são convidados a participar do “Programa Boas-Vindas”, em nossa sede, em que apresentamos o jeito Renner de ser e atuar e fazemos sua integração com as áreas que terão interface. Em 2018 também estendemos o convite a fornecedores que já estão na cadeia, não somente os contratados no ano, para que pudessem fazer uma “reciclagem” nos nossos processos.

Todos os nossos fornecedores de revenda nacionais de confecção, calçados e acessórios também são certificados pela ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil), que avalia a sua aderência às boas práticas corporativas de responsabilidade socioambiental.

### PANORAMA DE 2018

- 4.394 auditorias presenciais e não presenciais.
- 100% dos fornecedores nacionais de revenda auditados  
— 1.687 planos de ação, dos quais 81% resolvidos em 2018.
- 48% dos fornecedores internacionais de revenda auditados

## MONITORAMENTO E CONTROLE

Realizamos visitas técnicas — que avaliam a regularidade legal, e a conformidade aos princípios de responsabilidade socioambiental estabelecidos pela Lojas Renner S.A. — em fornecedores e seus contratados de confecção, acessórios e calçados, além dos fornecedores de beleza da marca Alchemia.

O processo é conduzido pela área de Conformidade de Fornecedores, composta por uma equipe corporativa no Brasil e na China, uma equipe de campo para as auditoras nacionais — alocada em SP, SC e RS — e empresas terceiras — Asian Inspection e Elevate — para auditorias internacionais.

Quando identificamos algum ponto que precisa ser aprimorado para estar de acordo com nossos requisitos, solicitamos que o fornecedor execute um plano de ação com prazo de dois meses para resolução. Nos casos com menor criticidade promovemos avaliação documental para acompanhar o andamento do plano e naqueles de maior criticidade realizamos visitas técnicas presenciais para acompanhamento. 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.

Também realizamos o monitoramento do desempenho dos nossos fornecedores de revenda das cadeias de malha, tecido plano, jeans/sarja, lingerie, linha praia, calçados e acessórios por meio de uma avaliação mensal, realizada com base no Índice de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF).

A avaliação leva em consideração aspectos comerciais, de logística, qualidade, solidez financeira e responsabilidade social, e o resultado das avaliações orienta programas de desenvolvimento de fornecedores, conduzidos com o apoio da equipe de Gestão de Fornecedores de Revenda (saiba mais no item PMC, a seguir).

## RECLAMAÇÕES OU DENÚNCIAS

Recebemos e verificamos em até cinco dias, por meio de visita de verificação com relatório específico, as denúncias ou reclamações recebidas por telefone, *e-mail*, visita técnica de conformidade, canais ABVTEX ou quaisquer outros canais específicos da Lojas Renner S.A.

Esses canais estão disponíveis publicamente no nosso **Código de Conduta para Fornecedores** e são divulgados internamente para os colaboradores e também para os nossos fornecedores, que têm o compromisso de divulgar o canal aos seus funcionários por meio de cartazes fixados em áreas de circulação de trabalho e de exigir o mesmo de seus contratados.

## DESENVOLVIMENTO

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, apresentados a seguir.

### PROGRAMA DE MELHORIA CONTÍNUA (PMC)

Em 2018, 6º ano consecutivo do programa, o PMC teve foco no desenvolvimento de ações de alinhamento estratégico com os fornecedores de revenda nacionais das cadeias de jeans/sarja, tecido plano e malha. As iniciativas proporcionaram uma evolução na operação dos nossos parceiros, resultando na melhoria do Índice de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF).

Com base em 2016, quando o IDGF foi reformulado para os índices atuais de avaliação, os fornecedores apresentaram uma evolução de 12 pontos percentuais no primeiro ano (2017). Já no segundo ano (2018), o IDGF teve um crescimento de 10 pontos percentuais, apresentando uma evolução contínua da performance dos fornecedores.

### PROGRAMA ENCADEAMENTO PRODUTIVO

Em parceria com o Sebrae e realizado pelo 3º ano consecutivo, o projeto promoveu, entre 2017 e 2018, a capacitação de 64 empresas contratadas por nossos fornecedores com um engajamento de 85% das empresas beneficiadas.

Os principais resultados obtidos foram: 23% do aumento de produtividade, redução de 11% no tempo de entrega, aumento de 55% no índice de competitividade dos pequenos negócios e redução de 42% nas peças reprovadas.

Em 2019 ampliamos o projeto para cerca de 200 empresas beneficiadas.

## EVOLUÇÃO DO PROCESSO EM 2018



### CERTIFICAÇÃO INTERNACIONAL

Divulgamos o compromisso público de ter 100% da cadeia nacional e internacional de revenda com certificação socioambiental até 2021, garantindo a adoção de melhores práticas amplamente legitimadas. Em 2018, nos afiliamos ao Projeto (*Sustainable Apparel Coalition*), o *Social & Labor Convergence* (SLCP) vinculado ao SAC, que visa o monitoramento e desenvolvimento da cadeia frente aos temas: respeito aos direitos humanos, leis trabalhistas e saúde e segurança do trabalho. Adicionalmente, aprimoramos o processo de monitoramento e controle através da realização de auditorias na cadeia internacional de fornecedores de revenda.

### APRIMORAMENTO DA RASTREABILIDADE

Iniciamos um projeto piloto do uso da tecnologia *Blockchain* na rastreabilidade da cadeia, que foi aplicado em dois fornecedores de revenda para monitorar o trajeto do produto na cadeia produtiva em tempo real, nos permitindo maior capacidade de monitoramento referente aos princípios de sustentabilidade. Temos o plano de ampliar o projeto para os 10 fornecedores nacionais.

### AVALIAÇÃO DE CONFORMIDADE AMBIENTAL

Adicionalmente à exigência pela conformidade legal de todos os nossos fornecedores, em 2018 incluímos nove itens relacionados à conformidade e gestão ambiental no *checklist* de avaliação dos fornecedores.

Em 14 fornecedores estratégicos também avançamos com um diagnóstico ambiental mais aprofundado, com base no padrão de autoavaliação HIGG Index da *Sustainable Apparel Coalition*, para identificar as oportunidades frente à gestão ambiental e atuar em seu desenvolvimento. Esses fornecedores também foram recebidos em um evento em que apresentamos a ferramenta HIGG e esclarecemos suas dúvidas.

## FINANCIAMENTO BNDES

Mantivemos a operação de financiamento junto ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para projetos de desenvolvimento voltados aos nossos fornecedores de revenda. Ao todo, foram feitas operações de financiamento que destinaram este ano **R\$ 3,5 milhões** a essas empresas para expansão de sua capacidade produtiva, modernização de seus parques fabris e capacitação de suas cadeias. Nos três anos do projeto, já foram financiados **R\$ 5,2 milhões**.

## PESQUISA DE RELACIONAMENTO

Canal para que os fornecedores possam expressar suas opiniões e seu nível de satisfação com os processos e sistemas utilizados na interação com a Companhia, é uma importante ferramenta para identificar oportunidades de melhoria no relacionamento com esses parceiros. Em 2017, o nível de satisfação dos fornecedores respondentes atingiu 88%. Em seu segundo ano, o nível chegou a 90% de satisfação.

## CONSELHO DE FORNECEDORES

Formado por fornecedores nacionais de revenda considerados estratégicos pela Companhia, o Conselho é um fórum importante para a troca de experiências e discussões relevantes sobre temas de interesse comum, em reuniões trimestrais, com o objetivo de construir uma cadeia eficiente, competitiva e sustentável. Em 2018 participaram do Conselho 14 fornecedores estratégicos do segmento têxtil, das cadeias de malha, jeans/sarja e tecido plano.

## ECOEFIÊNCIA NA CADEIA DE FORNECEDORES

Iniciamos em 2017 um projeto para que os fornecedores nacionais de revenda das cadeias de malha e jeans da Renner e da Youcom reduzam a geração de resíduos têxteis nos processos produtivos e usem as sobras restantes para a produção de tecidos para novas peças. Saiba mais na **página 49**.

# GESTÃO DE FORNECEDORES CAMICADO

Considerando as especificidades do segmento de casa e decoração, em 2018 a Camicado iniciou o desenvolvimento do seu programa de gestão de fornecedores de revenda e administrativos, a partir dos resultados da avaliação de riscos da cadeia de fornecimento em relação a aspectos ambientais, de segurança e saúde ocupacional, práticas trabalhistas, direitos humanos, produtos e serviços para o consumidor e ética e práticas anticorrupção.

Para o início do programa, em 2019, foram priorizados aqueles identificados com maior criticidade: fornecedores de produtos têxteis, fornecedores de produtos com matéria-prima de origem florestal e transportadoras.

Nessas categorias, será realizado um piloto para validação do programa, com a participação de dez fornecedores, considerando quatro fases: homologação, auditorias remotas, auditorias presenciais e acompanhamento de planos de ação, além de treinamentos e ações para seu desenvolvimento.

# GESTÃO ECOEFICIENTE

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

## CENÁRIO

### SEDE E UMA LOJA

com certificação **LEED** e duas lojas em processo de certificação

## 77 LOJAS

construídas ou reformadas desde 2016 de acordo com padrões mais sustentáveis incluídos em nossa documentação técnica e manuais de projeto e construção

## 4 LOJAS

com projeto piloto de energia solar no Rio de Janeiro (RJ)

**90,6%** DA ENERGIA CONSUMIDA PROVENIENTE DE FONTES RENOVÁVEIS

COMPENSAÇÃO, EM 2018, DE

**100%** das emissões de gases de efeito estufa corporativas apuradas no inventário 2017



**97%** dos resíduos da operação da Renner encaminhados para reciclagem.

## EVOLUÇÃO EM 2018

- Criação do projeto Ambiente Construído para trazer o conceito de circularidade para construção e reforma de lojas.
- 100% das lojas da Renner com lâmpadas de LED, 80% mais econômicas do que a incandescente e 30% do que a fluorescente.
- Análise de **replicabilidade das boas práticas de geração de energia** solar distribuída para todas as lojas possíveis que operam com energia de baixa tensão.

# LOJAS ECOEFICIENTES

Em nossa operação própria, o maior impacto ambiental direto se dá nos processos de construção, reforma e operação, considerando que, atualmente, temos 556 lojas e uma média de construção de 63 novas lojas e de 38 reformas por ano — considerando Renner, Camicado, Youcom e Ashua — nos últimos três anos.

Para minimizar esse impacto, pela primeira vez em 2014, usamos as premissas do LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) na construção de uma loja. O LEED é um sistema de certificação e orientação ambiental de edificações globalmente reconhecido que prevê menor consumo de recursos e descarte de resíduos, tanto na construção dos empreendimentos, como no dia a dia da sua operação.

A estimativa, calculada no projeto de uma dessas lojas, é de que com técnicas de construção sustentáveis o empreendimento tenha consumo de água 45% menor e consumo de energia para iluminação 18% menor do que um empreendimento sem o uso dessas técnicas.

Esse processo resultou na certificação LEED no nível GOLD, até 2018, de uma loja e nossa sede, além de 2 lojas em processo de certificação, e também na construção de um legado importante para perpetuação desse modelo menos impactante.

Desde dezembro de 2015, agrupamos todo o aprendizado na construção das lojas certificadas e criamos um Manual de Construção e Reforma, que estabelece às equipes internas e aos fornecedores as premissas, conceitos e critérios para construção e reforma de lojas em relação a:

- Segurança da Operação
- Economia de Energia
- Satisfação dos Clientes
- Sustentabilidade
- Satisfação do Colaborador
- Acessibilidade
- Permissões e Legalizações

Desde 2016 foram 77 lojas construídas e reformadas alinhadas ao manual, com padrões mais sustentáveis.

Em 2018, o manual foi atualizado com os novos aprendizados dos últimos anos e, adicionalmente, criamos uma nova opção de modelo de loja com estrutura mais simplificada e menor consumo de materiais, como por exemplo 60% a menos de gesso devido ao layout com áreas sem forro.

## ESTIMATIVAS DE REDUÇÃO DE IMPACTO DAS CONSTRUÇÕES SUSTENTÁVEIS LEED

- 45% menos consumo de água em lojas
- 18% menos consumo de energia para iluminação em lojas
- Estimativa de 15% menos consumo de energia na sede
- Estimativa de 55% menos consumo de água na sede



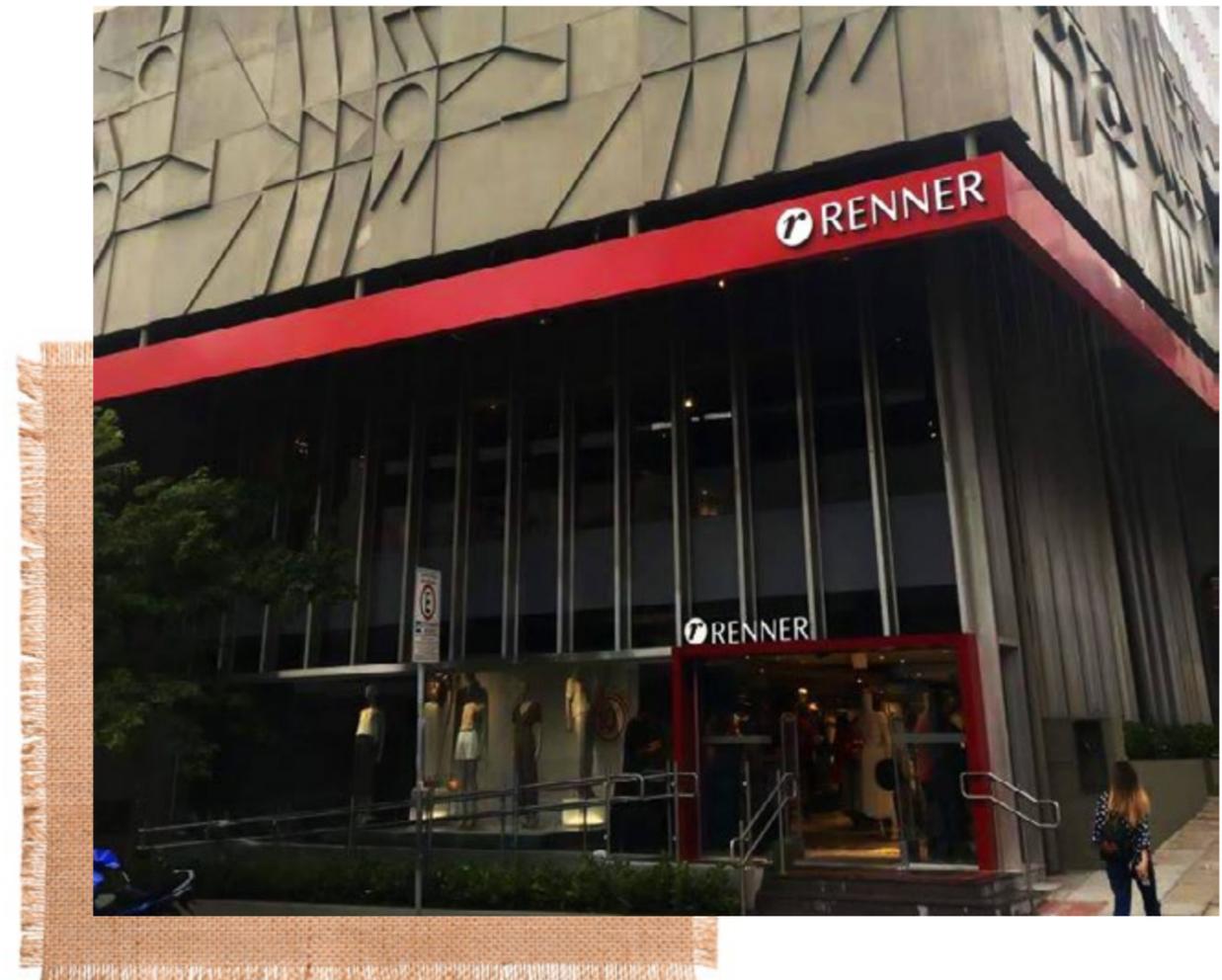
## PROJETO AMBIENTE CONSTRUÍDO



Queremos expandir o conceito de economia circular para diferentes etapas do ciclo de vida do nosso negócio. Em 2018 iniciamos o desenvolvimento do projeto Ambiente Construído, com o objetivo de inserir os princípios da economia circular na construção de novas lojas, reformas e no desenvolvimento de mobiliários. Neste primeiro ano de trabalho, desenvolvemos dois pilotos:

1. **Mobiliário circular:** criamos um protótipo de um mobiliário de loja que considerou os princípios da economia circular desde a sua concepção e desenho, o que garantiu a modularidade do móvel, que pode ser montado de diferentes maneiras para exposição de produto. Com isso, foi possível reduzir a necessidade de se ter diferentes modelos de móveis de 30 para apenas dois modelos. Além disso, ele foi construído com matéria-prima 100% reciclável — o que transforma a despesa com descarte ao final da vida útil em receita com venda para reciclagem — além de ter zero uso de substâncias tóxicas.
2. **Redução do impacto de obra:** realizamos um piloto para redução do impacto ambiental da construção de loja, que considerou as premissas para a redução do consumo de matérias-primas, redução da geração de resíduos, redução dos custos de reparo e manutenção e aumento no uso de matérias-primas recicladas ou recuperadas. O piloto foi implementado na loja de rua de Florianópolis-SC e registrou reduções expressivas no consumo de pisos, aços, concreto e gesso e, conseqüentemente, a geração de resíduos, o que trouxe ganhos também na redução do custo da obra.

Em 2019 esperamos iniciar a fase de replicabilidade das práticas e faremos uma nova rodada de pilotos para consolidar os modelos e aprendizados, além de definir as diretrizes de circularidade para o ambiente construído.



*“O Projeto possui grande relevância para a sustentabilidade, pois traz para o contexto do varejo da moda, uma abordagem integrada da sustentabilidade - do ambiente da loja ao produto roupa - a partir do desenho e premissas do projeto, para construção e reforma de lojas, que otimizam o consumo de materiais, gerando menor quantidade de resíduos e com uso de materiais com maior potencial de reciclabilidade, e, portanto, trazendo uma visão integral da sustentabilidade para a cadeia da moda.”*

**PROFESSOR WEBER AMARAL**  
Universidade de São Paulo

# ENERGIA

## EFICIÊNCIA NO CONSUMO

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

Além da minimização dos impactos ambientais relacionados à energia por meio da construção e reformas de lojas com processos mais sustentáveis, também atuamos continuamente na melhoria da eficiência do consumo nas lojas em operação.

Criamos em 2015 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.

## ENERGIA RENOVÁVEL

Outra frente da nossa gestão do consumo de energia é a ampliação de fontes renováveis para alcançar o compromisso público de 75% do consumo de energia corporativo proveniente de fontes de energias renováveis de baixo impacto\* até 2021. A meta para 2019 é 39% de energia renovável, considerando apenas a energia oriunda de pequenas centrais hidrelétricas (PCHs), solar e eólica.

Para isso, investiremos na compra de energia proveniente de PCHs (pequenas centrais hidrelétricas) no mercado livre de contratação de energia e, ainda, na geração de energia solar e eólica.

Em 2018, o percentual de energia comprada do mercado livre, a partir de fontes renováveis de baixo impacto, foi de 37%. Dos outros 63% de energia contratada do mercado regulado, 85% corresponderam a fontes renováveis\*\*. Com isso, ao todo, 90,6%\*\*\* da energia consumida é proveniente de fontes renováveis.

\* Energias de fonte solar, eólica, biomassa e Pequenas Centrais Hidrelétricas (PCH)

\*\* Percentual de fontes renováveis na matriz energética brasileira em 2018, segundo Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL).

\*\*\* A meta de 75% de energia renovável não considera energia hidroelétrica, e sim fontes renováveis de baixo impacto, citadas na nota 2.

### EVOLUÇÃO DO PROJETO DE GESTÃO DE ENERGIA E ATIVOS 2015 A 2018

**100% das lojas com todas lâmpadas de LED**, 80% mais econômicas do que uma lâmpada incandescente e 30% mais econômicas do que a fluorescente.

98 lojas (29% do total de lojas da Renner) com monitoramento remoto do consumo, que permite identificar e resolver problemas com agilidade e retomar os patamares de eficiência desejados. **A previsão para 2019 é chegar a 120 lojas.**

### ECONOMIA DE ENERGIA

Considerando apenas unidades comparáveis — aquelas que têm 12 faturas em 2017 e 12 faturas em 2018 — alcançamos redução de 3,32% no consumo em 2018. **Estimativa de 12% de redução de consumo para 2019.**

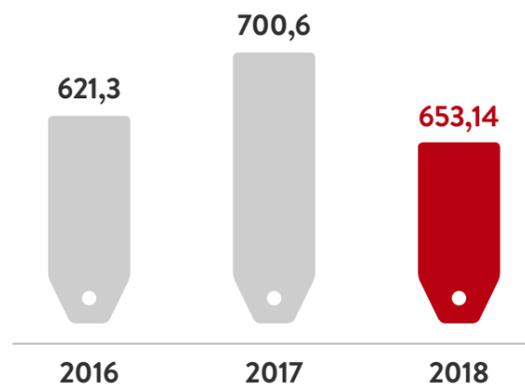
Nos próximos anos, seguiremos a implantação do projeto, avaliando a melhor relação entre os ganhos de eficiência e os investimentos necessários para determinar os momentos ideais de implantação em cada cenário e, assim, alcançar a totalidade de nossas lojas.

### ENERGIAS RENOVÁVEIS DE FONTES ALTERNATIVAS DE BAIXO IMPACTO

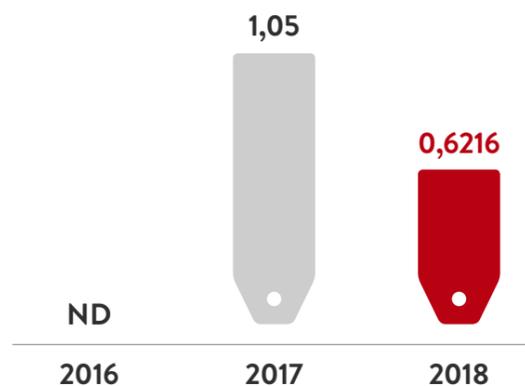
Em 2017 iniciamos projeto piloto de **geração de energia solar em quatro lojas** no Rio de Janeiro. A meta para o projeto em 2019 é de mais três lojas no Distrito Federal (DF) e uma loja no Rio Grande do Sul (RS). A expectativa é que essas novas lojas com geração solar distribuída gerem **economia financeira para a lojas de 13% e 26% ao ano**, no DF e RS, respectivamente.

## DESEMPENHO EM 2018\*

### CONSUMO DE ENERGIA (MIL GJ)



### INTENSIDADE ENERGÉTICA (GJ/M<sup>2</sup>)



\* No consumo da Renner, além das lojas no Brasil estão inclusos a Central de Crédito e Cobrança, a Sede Administrativa da Lojas Renner S.A., os Centros de Distribuição da Renner, o Escritório de Itajaí e o Arquivo Geral. No consumo de Camicado, além das lojas está inclusa a sede da Camicado. O consumo de Youcom inclui apenas lojas da Youcom.

## EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE)

GRI 305-3

### COMPROMISSO COM A REDUÇÃO

Temos o compromisso público de redução de 20% das emissões corporativas absolutas de CO<sub>2</sub> até 2021\*\*\*. Para alcançar esse objetivo, trabalhamos na promoção da eficiência energética e na ampliação do uso de energia de fontes renováveis em nossa operação (temas apresentados no subcapítulo anterior) e em ações de gestão, eficiência e melhorias na operação logística.

Em relação a este último tema, participamos do Programa de Logística Verde Brasil (PLVB), que trabalha a autonomia e capacitação de agentes logísticos em prol do aprimoramento da eficiência da logística e do transporte de carga no Brasil para redução da intensidade das emissões de poluentes atmosféricos e de gases de efeito estufa (GEE). Ao longo do ano, promovemos junto aos nossos fornecedores de logística, ações de conscientização e capacitação focadas em renovação de frotas, direção econômica, manutenção preventiva e melhoria da gestão do indicador de consumo de combustível.

Há 8 anos nos mantemos no Índice Carbono Eficiente (ICO2) da B3 e respondemos voluntariamente ao questionário do Carbon Disclosure Project (CDP), iniciativa liderada por investidores institucionais, como bancos, seguradoras e fundos de investimento, com o objetivo de aumentar a transparência e gestão do tema. Também há oito anos realizamos a publicação do nosso inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) e desde 2014 ele é verificado por terceira parte e recebe o selo *Gold* do programa brasileiro *GHG Protocol*.

### COMPENSAÇÃO

Desde 2016, compensamos anualmente 100% das nossas emissões de gases de efeito estufa apuradas no inventário do ano anterior.

Em 2018, compensamos 100% das emissões relativas ao inventário de 2017. A neutralização ocorreu via aquisição e aposentadoria\*\*\*\* de créditos de carbono do projeto REDD+ Manoa, localizado nos municípios de Cujubim, Itapoã do Oeste e Porto Velho, em Rondônia. As atividades do projeto contribuem com a conservação de mais de 73 mil hectares de floresta amazônica nativa e sua biodiversidade, promovendo o desenvolvimento socioeconômico local.

### DESENVOLVIMENTO DE FORNECEDORES DE LOGÍSTICA



Em 2019 vamos realizar um piloto com implantação de telemetria em um fornecedor de logística dedicado, que prevê o acompanhamento eletrônico central e em tempo real dos dados da frota, permitindo ganhos de eficiência e redução do consumo de combustível. Também faremos treinamento de *ecodriving* em 100% dos motoristas dedicados da operação da Lojas Renner. Essas ações fazem parte do plano para atingirmos nossa meta de redução de emissões absolutas de GEEs.

\*\*\* Com base no inventário de emissões de 2017

\*\*\*\* A aposentadoria significa que o crédito é retirado definitivamente do mercado para compensar uma emissão de carbono e não pode ser revendido ou repassado a outra empresa.

## DESEMPENHO EM 2018

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

Os últimos dados disponíveis até a publicação deste relatório, em fevereiro de 2019, eram referentes a 2017, apresentados na tabela ao lado.

Desde o inventário de 2017, usamos duas abordagens para o cálculo das emissões de escopo 2 — aquelas decorrentes da eletricidade comprada e consumida — para contabilizarmos separadamente as emissões associadas à aquisição de fontes de energias renováveis do mercado livre.

### TIPOS DE ABORDAGEM PARA CÁLCULO DAS EMISSÕES

1. abordagem de localização: mais usada pelas empresas e 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.

| FONTE DE EMISSÃO DE GEEs (tCO <sub>2</sub> e)   | 2015            | 2016            | 2017            | 2018              |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| <b>EMISSÃO ESCOPO 1</b>   |                 |                 |                 |                   |
| Combustão estacionária  | 146,1           | 189,1           | 137,2           | 97,0              |
| Fontes móveis   | 5,5             | 17,6            | 21,1            | 11,6              |
| Equipamentos de refrigeração / ar condicionado  | 3.300,1         | 5.077,9         | 5.474,3         | 3.234,7           |
| <b>TOTAL ESCOPO</b>   | <b>3.451,8</b>  | <b>5.284,7</b>  | <b>5.632,8</b>  | <b>3.343,3</b>    |
| <b>EMISSÃO ESCOPO 2</b>   |                 |                 |                 |                   |
| Eletricidade comprada e consumida (localização)   | 23.531,8        | 14.098,2        | 17.883,1        | 13.091,8          |
| Eletricidade comprada e consumida   | -               | -               | 12.704,1        | 8.585,5           |
| <b>TOTAL ESCOPO 2 (LOCALIZAÇÃO)</b>   | <b>23.531,8</b> | <b>14.098,2</b> | <b>17.883,1</b> | <b>13.091,8</b>   |
| <b>TOTAL ESCOPO 2 (ESCOLHA DE COMPRA)</b>   | -               | -               | <b>12.704,1</b> | <b>8.585,5</b>    |
| <b>EMISSÃO ESCOPO 3</b>   |                 |                 |                 |                   |
| Resíduos Sólidos  | 294,3           | 270,7           | 489,5           | 223,6             |
| Viagens a negócios  | 2.491,6         | 2.270,1         | 2.967,6         | 1.838,3           |
| Transporte e distribuição ( <i>upstream</i> )   | 7.080,0         | 14.889,9        | 16.944,3        | 20.562,5          |
| <b>TOTAL ESCOPO 3</b>   | <b>9.865,9</b>  | <b>17.430,7</b> | <b>20.401,5</b> | <b>22.624,3</b>   |
| <b>TOTAL DAS EMISSÕES</b> (em toneladas de CO <sub>2</sub> e) — considerando escopo 2 pela abordagem de localização       | <b>36.849,4</b> | <b>36.813,6</b> | <b>43.917,5</b> | <b>39.059,389</b> |
| <b>TOTAL DAS EMISSÕES</b> (em toneladas de CO <sub>2</sub> e) — considerando escopo 2 pela abordagem de escolha de compra | -               | -               | <b>38.738,5</b> | <b>34.553,141</b> |
| Intensidade de emissões (tCO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup> da área de vendas)   | <b>0,069</b>    | <b>0,063</b>    | <b>0,068</b>    |                   |

Abrangência: Sede Administrativa, Centros de Distribuição, Lojas Renner, Youcom e Camicado.

## ÁGUA

O maior impacto ambiental do consumo de água se dá em nossa cadeia de fornecimento. Para minimizar esse impacto, iniciamos um projeto de diagnóstico da gestão hídrica em nossos fornecedores de jeans, em que estabelecemos indicadores de gestão de água, buscando a redução do consumo e a circularidade (saiba mais na **página 49**).

# RESÍDUOS

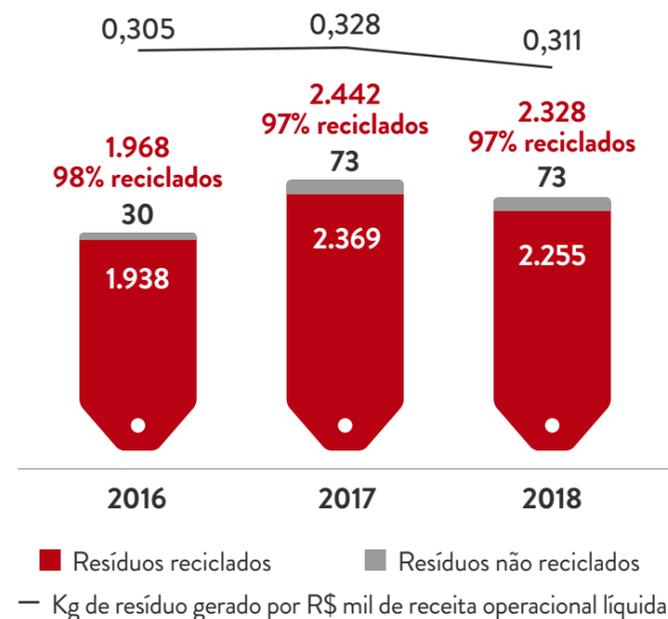
GRI 301-3, 306-2

Na Renner, a gestão de resíduos é orientada pelo Programa de Gestão de Resíduos Sólidos, aderente à Política Nacional de Resíduos Sólidos, e tem como um dos objetivos principais promover a gestão integrada dos resíduos sólidos, com foco em sua re inserção no ciclo produtivo.

## RECICLAGEM

Em 2018, destinamos 97% dos 2.328 toneladas de resíduos gerados para reciclagem.

### RESÍDUOS GERADOS E DESTINAÇÃO (TON)\*



Do total de resíduos enviados para reciclagem, temos 56,3 toneladas de equipamentos de TI obsoletos que a Renner, em parceria com uma empresa que trabalha com o modelo de economia circular, destinou à reintrodução na cadeia de produção.

Além do impacto ambiental positivo, esse projeto também gera valor social, já que 5% do valor total dos lotes de equipamentos de TI descartados pela Renner foram revertidos em seis equipamentos reconicionados, entregues para uma organização social, para uso em comodato.

### CAMICADO

Em 2018, a gestão de resíduos na Camicado passou a ser orientada pelo novo Manual de Gestão de Resíduos das Lojas da Camicado.

No ano, também iniciamos um trabalho piloto de reciclagem de resíduos de papel, papelão e plástico no Centro de Distribuição da Camicado, que resultou na destinação de 152.310 toneladas de resíduos para a reciclagem. Com o projeto, fechamos o ciclo do papelão, que, depois de reciclado, retornou à nossa operação sendo usado nas caixas do e-commerce da Camicado.

\* Esse total considera resíduos da Renner e Centros de Distribuição monitorados em kg e não inclui móveis descartados nas reformas e nem resíduos orgânicos.

Adicionalmente, algumas lojas da Renner oferecem aos clientes o serviço EcoEstilo de logística reversa de roupas pós-consumo. Saiba mais na **página 50**.



# PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 102-14

## CENÁRIO

MAIS DE  
**12 MILHÕES**  
de peças menos impactantes em 2018.

**9,3 MILHÕES**  
de peças com algodão certificado no ano.

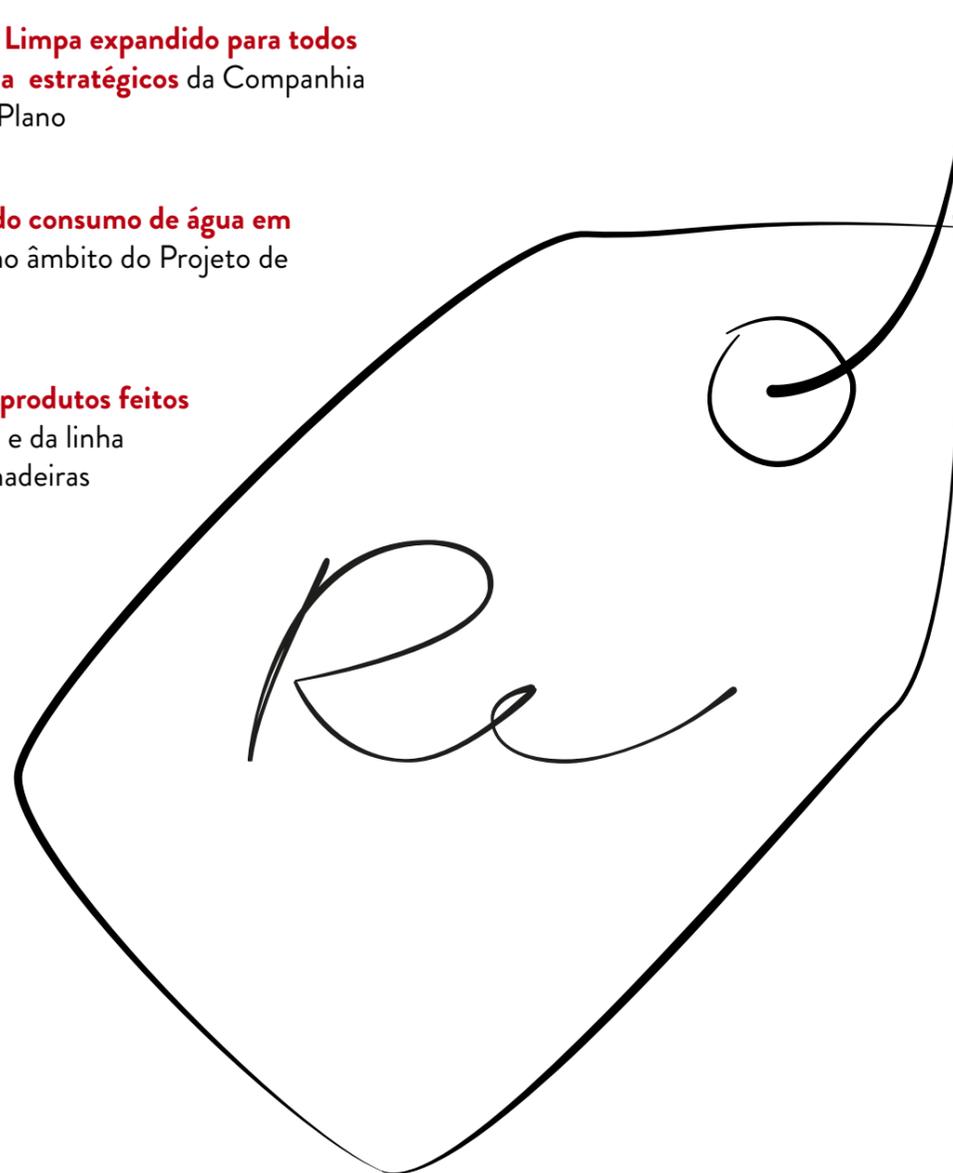
**8,9%** de produtos menos impactantes em 2018 e meta de **80%** até **2021**.

**700 TONELADAS**  
de sobras de tecidos reinseridos na cadeia produtiva, o equivalente a 51% dos resíduos de fornecedores estratégicos que deixaram de ir para aterro

**249 KG DE ROUPAS**  
(em 2017 e 2018) e **36,1 toneladas** de embalagens de perfumaria coletadas no serviço EcoEstilo

## EVOLUÇÃO EM 2018

- Projeto de **Produção Mais Limpa expandido para todos os fornecedores de revenda estratégicos** da Companhia em Jeans, Malha e Tecido Plano
- Início do **monitoramento do consumo de água em fornecedores de revenda** no âmbito do Projeto de Produção Mais Limpa
- Lançamento do **Re Jeans, produtos feitos a partir de jeans reciclado**, e da linha Re Acessórios feita com madeiras recicladas de obras
- Ampliação do **serviço de logística reversa de roupas de 15 para 65 lojas Renner**



Entendemos que para oferecer produtos e serviços menos impactantes devemos contribuir com a evolução de compromissos, processos e práticas em toda a cadeia envolvida no ciclo de vida dos produtos, estimulando iniciativas na cadeia de fornecedores, em nossa operação e nos hábitos de consumo e descarte dos nossos milhões de clientes.

Por isso, analisamos continuamente o impacto ambiental dos produtos e desenvolvemos soluções em conjunto com os fornecedores de revenda para:

- Ampliar o uso de matérias-primas com menor impacto socioambiental
- Fechar o ciclo dos produtos, reduzindo o consumo de matéria-prima e o descarte de resíduos

# PRODUTOS MENOS IMPACTANTES

Em 2018, produzimos mais de 12 milhões de peças com matérias-primas e processos menos impactantes, que representam aproximadamente 9% do total de produtos no ano, e engajamos nossos clientes nesse conceito com coleções especiais, apresentadas no capítulo Engajamento, **página 51**.

Com o lançamento do selo **Re Moda Responsável**, declaramos nosso compromisso público para elevar esse percentual para 80% dos produtos feitos com matérias-primas e processos menos impactantes até 2021.

Em linha com esse compromisso, as equipes de produto tiveram metas de criação de produtos menos impactantes atreladas à sua remuneração variável no ano.

De todas as fibras têxteis utilizadas no mundo no setor, as de origem vegetal — como o algodão, liocel e viscose — correspondem a um terço, sendo que o algodão equivale a 90% deste grupo. As outras fibras sintéticas e animais representam os outros dois terços, segundo o relatório Pulse of the Fashion Industry de 2018. Sendo assim, iniciativas que prezam por um processo produtivo de algodão mais sustentável têm grande potencial de impacto positivo.

## PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL DE MATÉRIAS-PRIMAS

### ALGODÃO CERTIFICADO

Um dos materiais priorizados pela Companhia para reduzir os impactos de matérias-primas é o algodão certificado pela *Better Cotton Initiative* (BCI), organização global sem fins lucrativos que avalia o 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.

Em 2018, foram produzidas **mais de 9 milhões** de peças do infantil, feminino e masculino com algodão certificado, superando a meta estipulada de 15% de algodão certificado nos produtos feitos de algodão.

Inicialmente, em 2017, definimos a meta de alcançar 50% de produtos de algodão com algodão certificado até 2020. Em 2018, ampliamos essa meta para 100% de algodão certificado até 2021.

### LIOCEL

O liocel é uma fibra vegetal, ecológica e biodegradável feita a partir da celulose de madeira de florestas de manejo sustentável. Sua produção requer um menor uso de produtos químicos e sua origem é garantida por institutos de certificação.

Em 2018 foram produzidas 311.838 peças com liocel, 61% a mais que 2017.

### ALCHEMIA BIO

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.

Todos os produtos de cosméticos da linha são certificados com o selo biodegradável, contêm uma média de 90% de ingredientes naturais e seus derivados, não contêm nenhum componente de origem animal e não são testados em animais. Nos produtos para casa, trabalhamos com a vela desenvolvida com cera ecológica.

Adicionalmente, todas as embalagens da linha Bio levam o selo FSC, sistema de certificação florestal internacionalmente reconhecido, que identifica produtos originados do bom manejo florestal que evita desmatamentos.

Neste ano incluímos nos produtos uma etiqueta de papel semente para reforçar o posicionamento da linha e despertar o interesse do consumidor por iniciativas sustentáveis.

*“Temos uma sólida gestão para minimizar os impactos ambientais das peças que produzimos nas frentes de energia renovável, redução do consumo e reuso de água, redução e reaproveitamento de resíduos, eliminação de produtos tóxicos e uso de algodão orgânico. Com isso, podemos oferecer produtos com apelo cada vez mais sustentável, que, além de gerarem lindas peças, são benéficos ao meio ambiente e trazem ganhos financeiros.”*

**ELENIR BONONOMI**  
Gestora de Negócios da  
DDX Têxtil, Fornecedora de  
Revenda da Companhia

## LANÇAMENTOS DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS



Com o aprendizado ao longo dos anos, temos construído um portfólio cada vez maior e diversificado de produtos menos impactantes. Conheça a seguir os principais pilotos de 2018 e saiba mais sobre o engajamento e sensibilização de clientes sobre esses projetos na **página 51**.

### LANÇAMENTO DE PRODUTOS PILOTO COM MATÉRIAS-PRIMAS MENOS IMPACTANTES

- Peças com poliamida biodegradável, tecido que se degrada em três anos em aterros sanitários, enquanto a poliamida comum leva 50 anos.
- Peças com uso de MODAL, fibra de origem vegetal que segue rígidos padrões ambientais durante a extração e fabricação da fibra.
- Peças com o uso da viscose certificada de acordo com os parâmetros do relatório Canopy Style\*, feita a partir de fibras vegetais com manejo sustentável e processo produtivo com redução de impacto ambiental em água e emissões.

\* O relatório Canopy Style classifica os principais produtores de viscose do mundo em seu progresso na eliminação do uso de florestas ameaçadas de extinção como fonte de matéria-prima.

### LANÇAMENTO DE PRODUTOS PILOTO COM MATÉRIAS-PRIMAS RECICLADAS

- Acessórios feitos com o reaproveitamento de madeira de demolição
- Calçados com sola e tecidos reciclados
- Sabonetes com embalagem produzida com sobras de tecidos de coleções

### LANÇAMENTO DE PRODUTOS PILOTO COM PROCESSOS MENOS IMPACTANTES

- Biquínis *Upcycling*, feitos com a reinserção criativa no ciclo de produção de matérias-primas que seriam descartadas.



## MATÉRIAS-PRIMAS RECICLADAS

As matérias-primas recicladas são aquelas originadas a partir de sobras e resíduos têxteis e plásticos (PET), que passam por processos de desfibragem e se transformam em novos fios para a produção de novas peças.

Em 2018 produzimos **2,7 milhões** de peças com matérias-primas recicladas, **65% a mais** que no ano anterior.

## QUÍMICOS

Nossa estratégia é atuar de forma preventiva na cadeia de valor visando eliminar possíveis substâncias químicas restritas de nossos produtos, para isso adotamos a MRSL (Manufacturing Restricted Substances List) sigla em inglês para lista de substâncias restritas na manufatura do ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals), sigla em inglês para zero descarte de químicos perigosos.

Realizamos em 2017 um pré-diagnóstico nos produtos, que nos deu subsídios para, em 2018, iniciarmos uma etapa de sensibilização e comprometimento de toda a cadeia de valor nacional com o intuito de eliminar possíveis substâncias restritas prioritárias até o final de 2020, seguindo os Requisitos de Gestão de Produtos Químicos desenvolvidos pelas Lojas Renner S.A.. Nos fornecedores internacionais, iniciamos em 2018 a etapa de sensibilização com as *tradings*, empresas intermediárias entre os fabricantes e compradores em operações de exportação ou de importação, que será desdobrada em 2019 para os seus fornecedores.

## MODA CIRCULAR

### MELHORIA DE PROCESSOS

#### AVALIAÇÃO DO CICLO DE VIDA (ACV)

Conhecer o impacto ambiental do produto em todo o seu ciclo de vida é fundamental para desenvolver processos menos impactantes e estimular hábitos de uso mais sustentáveis. Por isso, em 2015 e 2016, em parceria com o Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVCes), realizamos o projeto piloto de ACV de uma calça jeans básica feminina vendida em nossas lojas sob a ótica da pegada hídrica e da pegada de carbono desse produto “do berço ao túmulo” – seu consumo de água e sua geração de emissões de CO<sub>2</sub> desde a matéria-prima até o descarte final pelo consumidor.

Esses estudos embasaram a construção do Projeto Produção Mais Limpa, apresentado a seguir, que possibilitou o lançamento do Re Jeans, primeira coleção com jeans reciclado feito com fios reaproveitados das sobras de tecido (saiba mais sobre o Re Jeans no capítulo engajamento, **página 61**).

Nesse sentido, para avaliar a redução de impacto no ciclo de vida alcançada com o Re Jeans, em 2018 fizemos a ACV do jeans reciclado do berço ao berço com o apoio da USP e com verificação de terceira parte independente, desde a matéria-prima inicial até sua reinserção no ciclo, para comparar o impacto de seu ciclo de vida em relação ao impacto do fio tradicional de algodão jeans virgem.

A ACV comparativa do jeans feito com matéria-prima reciclada frente ao jeans convencional, demonstrou que utilizar desfibrado de jeans reduz o potencial de impacto em quase todas as categorias de impacto estudadas:

| COMPARAÇÃO DO IMPACTO DO RE JEANS VS. JEANS CONVENCIONAL |         |
|--|---------|
| Uso da terra   | -44,51% |
| Aquecimento global                                       | -36,72% |
| Eutrofização*  | -37,89% |
| Pegada hídrica   | -43,75% |
| Saúde humana   | -42,22% |

\*Crescimento excessivo de plantas aquáticas para níveis que afetem a utilização normal e desejável da água.

Os números apresentados são referentes ao impacto gerado por uma calça jeans em todo o seu ciclo de vida, da extração da matéria-prima até o descarte final ou até sua reinserção no ciclo produtivo, no caso do Re Jeans.

A partir dos aprendizados com o Re Jeans, e com a expansão do projeto de Produção Mais Limpa para outras cadeias, estamos estudando a criação de uma coleção Re Malha para o próximo ano.



## PRODUÇÃO MAIS LIMPA (P+L)

Desde 2017, em parceria com a Universidade de São Paulo (USP), desenvolvemos junto aos fornecedores de revenda da Renner e Youcom das cadeias de malha, jeans e tecido plano, o Projeto Produção Mais Limpa (P+L) para a melhoria de processos de confecção, reduzindo geração de resíduos têxteis e fomentando o uso das sobras de tecidos da produção para gerar novas peças.

No primeiro ciclo do projeto, no último ano, atuamos junto a seis fornecedores da cadeia do jeans e malha e alcançamos a redução do descarte de 388 toneladas de resíduos, e o lançamento da 1ª coleção com jeans reciclado, o Re Jeans (saiba mais na **página 61**).

Neste segundo ano, expandimos o foco do projeto e o volume de participantes:

- Em redução da geração de resíduos têxteis, passaram a participar do projeto todos os fornecedores estratégicos de revenda da cadeia do jeans, malha e tecido plano.

Com as melhorias de processos na etapa de corte dos tecidos, 47 toneladas de resíduos têxteis deixaram de ser geradas em 2018.

- No novo foco, a gestão do consumo de água, começamos a implementar em dois fornecedores de jeans um diagnóstico da gestão hídrica para, a partir do estabelecimento de indicadores de desempenho ambiental, pegada hídrica e circularidade de águas, promovermos melhorias na gestão e redução do consumo de água no processo produtivo.

O desafio para os próximos anos é transformar as melhorias capturadas em processos replicáveis para que a Produção Mais Limpa seja incorporada na rotina dos fornecedores e a redução da geração de resíduos conquistadas se amplie de maneira orgânica.

## CADEIA REVERSA

O Projeto P+L também contribui e fomenta o desenvolvimento de uma cadeia reversa que coleta e recicla os resíduos para serem destinados a outros segmentos (fios para artesanato, enchimento de estofados, isolamento térmico e acústico para indústria automotiva). Em 2017 haviam sido coletadas 388 toneladas de resíduos têxteis de fornecedores.

Em 2018, **700 toneladas**, o equivalente a cerca de 270 caminhões de lixo\*, deixaram de ser destinadas a aterros e ganharam novas utilidades via reciclagem ou reutilização.

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.

\* Considerando média de 2,6 toneladas (densidade média de um fardo de resíduo têxtil de 150kg/m<sup>3</sup> e um caminhão com volume de 17.5m<sup>3</sup>)

*“A preocupação com a escassez de água no planeta e os impactos ambientais e sociais, são fatores que impulsionaram a empresa a desenvolver projetos sustentáveis de gestão de água e resíduos sólidos, em parceria com a Lojas Renner.*”

*O projeto de redução de recursos hídricos consiste na utilização de ciclo fechado de água, através de rigorosos tratamentos de efluentes industriais. A água que antes era retirada da natureza, tratada e descartada novamente após a utilização na lavanderia, hoje é tratada e retorna para nosso processo industrial, não sendo necessário, desta forma, a captação de recursos naturais e o posterior descarte na natureza.*

*O projeto Re Jeans foi criado para, primeiramente, diminuir o desperdício e resíduo gerado pelo corte de tecido. Como não é possível zerar este indicador, a empresa, em conjunto com a Renner, encontrou parceiros para tornar este desejo, realidade. Então, os resíduos que antes eram destinados aos aterros sanitários, hoje retornam para a empresa em forma de tecido reciclado e nos permitem gerar novos negócios, criando coleções de jeans sustentável, o Re Jeans.”*

## CLAUDIO BALLEI JUNIOR

**Sócio Proprietário da Ease Indústria e Comércio de Confecções LTDA.  
Fornecedora de Revenda da Companhia**

# SERVIÇOS PÓS-CONSUMO

GRI 301-1

## LOGÍSTICA REVERSA

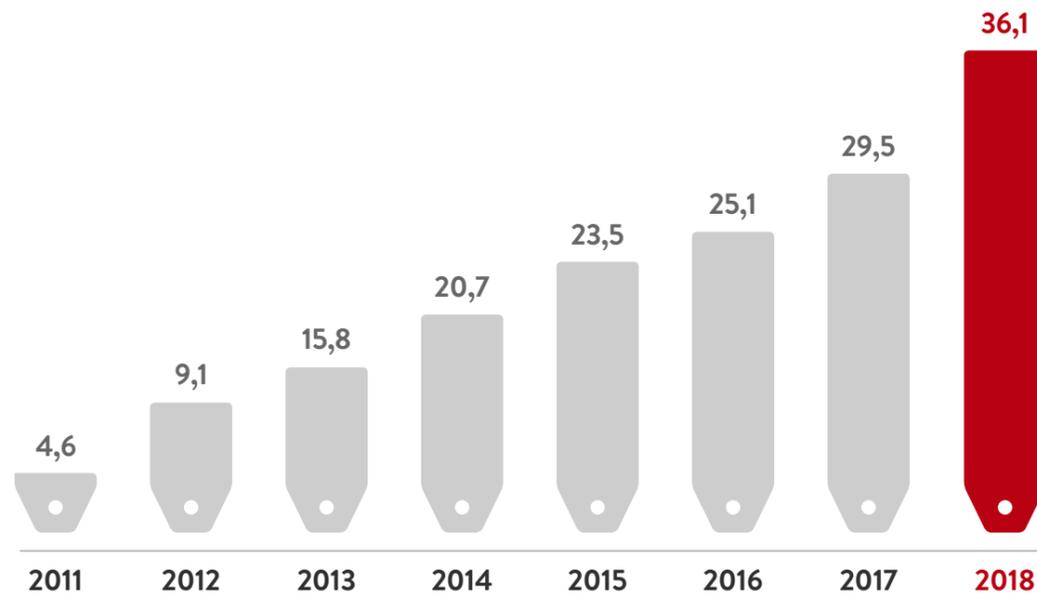
O EcoEstilo é o serviço de logística reversa que oferecemos aos clientes da Renner em duas categorias: perfumaria e roupas.

Para resíduos de perfumaria e beleza, desde 2011, oferecemos nas lojas um coletor onde clientes e colaboradores podem descartar embalagens e frascos, mesmo que estes não tenham sido adquiridos na Renner. Os resíduos coletados recebem a destinação ambientalmente correta, evitando a contaminação do meio ambiente.

Para peças de roupa que já não têm mais utilidade para nossos clientes, compradas nas lojas da Renner ou não, oferecemos desde 2017 um serviço de coleta.

Em 2018, o serviço foi ampliado das 15 lojas piloto para mais 50 lojas, totalizando 65 lojas em 21 Estados. Ao todo, nos dois anos, foram coletados 249 kg de roupas, que serão destinados para reciclagem, por meio do processo de desfibragem, ou para reutilização por *upcycling* ou doação.

## RESÍDUOS COLETADOS PELO ECOESTILO DE PERFUMARIA (TON.)



## COMO FUNCIONA O ECOESTILO DE ROUPAS?



# ENGAJAR COLABORADORES, COMUNIDADES E CLIENTES

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



## CENÁRIO

### DIVERSIDADE

**40%** DE MULHERES NA ALTA LIDERANÇA DA COMPANHIA

**116** horas de treinamento/colaborador

### DESENVOLVIMENTO SOCIAL

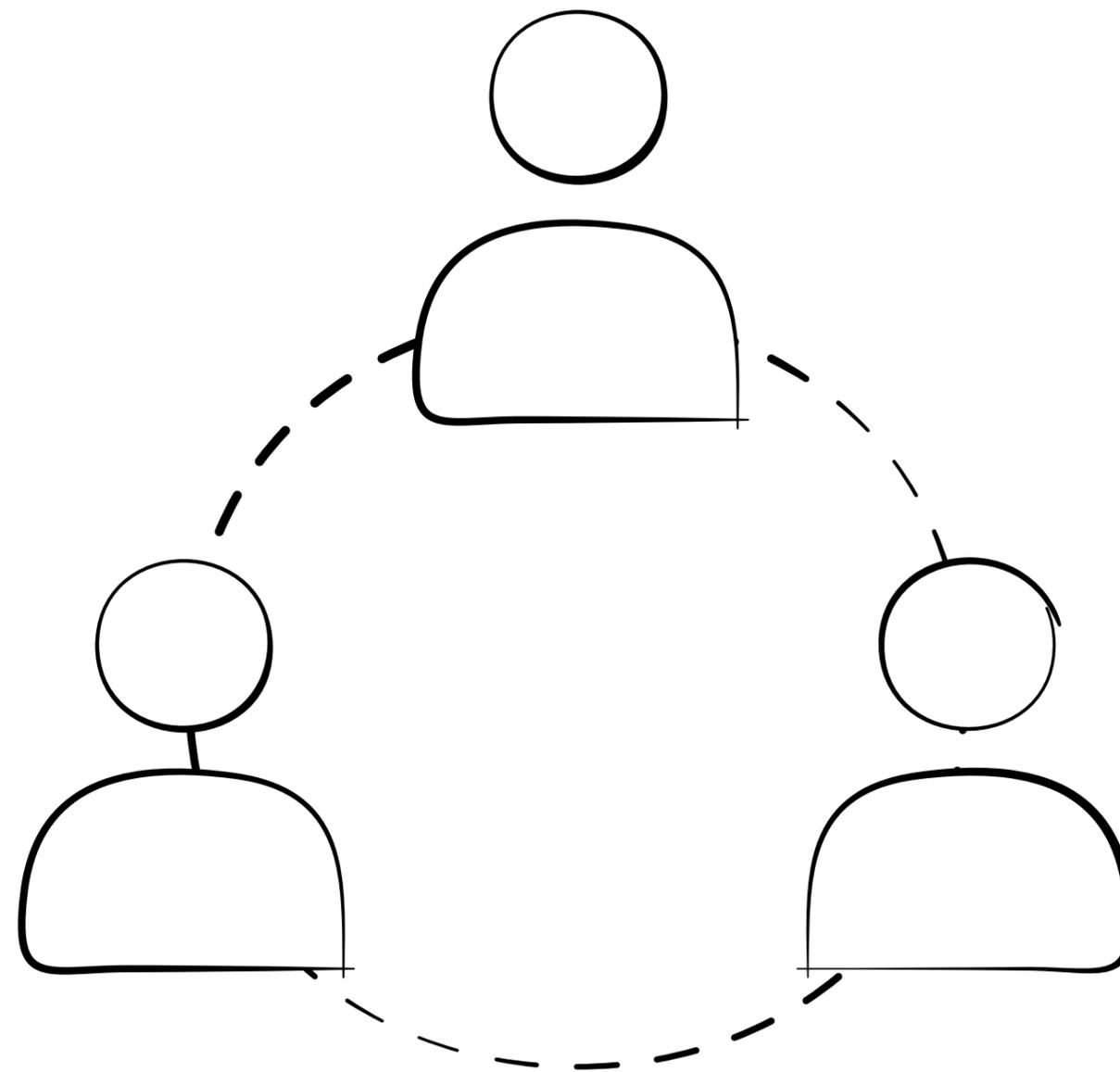
**R\$ 8,7 MILHÕES**

INVESTIDOS PELO INSTITUTO LOJAS RENNER EM

**51** PROJETOS COM **11.800** PESSOAS BENEFICIADAS

### ENCANTAMENTO

**95%** CLIENTES MUITO SATISFEITOS E SATISFEITOS



## EVOLUÇÃO EM 2018

- Reposicionamento e relançamento da **Universidade Renner**
- **Lançamento do Selo Re Moda Responsável** que acompanha produtos Renner produzidos a partir de matéria-prima e processos menos impactantes
- Ações de educação e comunicação para engajamento de colaboradores e fornecedores sobre sustentabilidade
- Engajamento dos clientes para consumo consciente com campanhas de lançamento e comunicação sobre linhas de produtos mais sustentáveis
- Criação de novo programa do Instituto Lojas Renner para promover o empreendedorismo para mulheres de baixa renda: o Empreendedoras da Moda

# CULTURA DE ÉTICA E SUSTENTABILIDADE

## ÉTICA

GRI 102-16, 412-2, AF1, AF2, AF4

A Lojas Renner S.A. acredita que manter relações éticas em toda a cadeia de valor é indispensável para a sustentabilidade do negócio.

Por isso, para orientar, esclarecer e formalizar o caminho a ser trilhado, assegurando a conduta ética nas nossas relações cotidianas com todos os nossos públicos, contamos com o **Código de Conduta para Colaboradores**, publicado desde 1995 e com atualização mais recente em 2018 por meio da revisão de especialistas externos e de uma equipe interna multidisciplinar.

No ano, também publicamos nosso **Código de Conduta para Fornecedores** para detalhar e aprofundar as condutas, valores e princípios esperados de nossos fornecedores.

### ADESÃO

Os colaboradores aderem ao Código de Conduta na contratação e sempre que o documento for atualizado. Os fornecedores, por sua vez, se comprometem com o Código no processo de homologação e têm seu cumprimento monitorado (saiba mais na **página 33**).

### SENSIBILIZAÇÃO

Em 2018, realizamos a capacitação de 17,8 mil (79,8% do total) colaboradores sobre o código, totalizando 157,9 mil horas de treinamento.

Para os fornecedores de revenda, realizamos três eventos em que apresentamos o Código de Conduta nas cidades de Porto Alegre (RS), São José (SC) e São Paulo (SP) para cerca de 240 fornecedores. Para os fornecedores administrativos realizamos um *workshop* para os fornecedores de construção civil e logística e os demais receberam a comunicação sobre o código por *e-mail*.

### ORIENTAÇÕES E DENÚNCIA

Os Canais de Denúncias — via carta, telefone, *e-mail* e site institucional — são divulgados nos Códigos e continuamente por meio de ações de comunicação junto ao público interno e externo.

Todas as denúncias recebidas são tratadas com sigilo, confidencialidade e imparcialidade por uma equipe especializada e treinada para conduzir o caso. As apurações de denúncias em assuntos contábeis são conduzidas pela área de Auditoria e as demais, pela área de *Compliance*.

## COMBATE À CORRUPÇÃO

GRI 205-1, 205-2, 205-3, 412-2, 415-1, AF17

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 de toda a operação 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 2018 não identificamos nenhum risco significativo.

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

### Ações de sensibilização e treinamento em 2018

- Treinamentos para cerca de 1.007 lideranças de lojas;
- Treinamento para 756 lideranças em formação;
- Treinamento para 133 colaboradores administrativos que têm interação direta com agentes públicos;
- Treinamento para 110 colaboradores do time de produtos, que têm relação direta com práticas comerciais de contratação de nossos fornecedores de revenda;
- Treinamento presencial sobre combate à corrupção para cerca de 62 fornecedores;
- Treinamento presencial para os Diretores e Conselheiros, para demonstrar o comprometimento da Alta Administração sobre o assunto; e
- Ações de comunicação no Dia Internacional de Combate à Corrupção, em dezembro, para cerca de 8 mil colaboradores e 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.

Em resultado a nossas ações, não tivemos casos de corrupção envolvendo a Lojas Renner em 2018.

# SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

**A** segurança da informação é um aspecto cada vez mais relevante na sociedade contemporânea frente à conectividade crescente proporcionada pela internet. Em nosso negócio, que tem grande alcance de público e acesso a dados confidenciais, a Segurança da Informação é um dos pilares do negócio e faz parte dos compromissos fundamentais do Código de Conduta.

Trabalhamos a mitigação de riscos cibernéticos e a proteção de dados de clientes e informações sensíveis, por meio de uma sólida estrutura de gestão:

## ESTRUTURA E POLÍTICAS

- Política de Segurança da Informação formal que rege os princípios éticos de sigilo e privacidade a serem observados;
- Área de Segurança da Informação estruturada;
- Comitê Corporativo de Segurança da Informação multidisciplinar composto por profissionais das áreas de Gente & Desenvolvimento, Jurídico, Tecnologia da Informação, Auditoria Interna e Prevenção de Perdas, além da própria área de SI;

## PROTEÇÃO CONTRA ATAQUES CIBERNÉTICOS

Temos diversos processos para proteger a Companhia do risco de ataques e intrusões por hackers (ou *crackers*), com três macro estruturas principais

de operação calçadas em empresas parceiras especializadas:

- SOC — *Security Operation Center* voltado à proteção do perímetro de Internet, correlação de eventos e resposta a incidentes;
- *Ethical Hacking* com testes de intrusão recorrentes no ambiente; e
- *Brand Protection*, voltado ao monitoramento das principais marcas da Lojas Renner S.A. na Internet.

## 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 PCI DSS (*Payment Card Industry Data Security Standard*) 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 DLP (*Data Loss Prevention*) ativas para a monitoração e prevenção do vazamento de dados sensíveis. Atualmente, estamos focados na adequação à LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados), que entrará em vigor no Brasil em fevereiro de 2020.

## 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 (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, curso virtual de segurança da informação, campanhas de educação em temas como cuidado com senhas, crimes cibernéticos, classificação da informação, entre outros.

# INSPIRAÇÃO PARA A SUSTENTABILIDADE

A construção de um modelo de negócios de menor impacto é diária e envolve as ações e tomada de decisão de colaboradores de todas as áreas do negócio. Por isso, desenvolvemos diversas iniciativas para disseminação e fortalecimento dessa cultura.

Em 2018, tivemos um grande marco no engajamento para a sustentabilidade. O evento de lançamento do Selo Re Moda responsável (saiba mais na **página 61**), que, para nosso público interno, aconteceu simultaneamente na nossa sede e em todas as unidades, reforçando a relevância estratégica do Valor Sustentabilidade para a Companhia.

Conheça nos subcapítulos a seguir nossa gestão dos temas prioritários para o engajamento de nossos colaboradores, dos clientes e das comunidades sobre a sustentabilidade.

# COLABORADORES

GRI 102-7, 102-8, 401-3, 405-1, 405-2

## PERFIL DE DIVERSIDADE

### COLABORADORES

LOJAS RENNER S.A.

 **22.334\***  
**COLABORADORES**  
6,4% a mais que em 2017

|                |                       |
|----------------|-----------------------|
| <b>BRASIL</b>  | <b>21.885 (98,0%)</b> |
| CENTRO OESTE   | 1.411 (6,3%)          |
| NORDESTE       | 2.500 (11,2%)         |
| NORTE          | 820 (3,7%)            |
| SUDESTE        | 9.748 (43,6%)         |
| SUL            | 7.406 (33,2%)         |
| <b>URUGUAI</b> | <b>416 (1,9%)</b>     |
| <b>CHINA</b>   | <b>33 (0,1%)</b>      |

 **14.586**  
**MULHERES**  
(65,3%)

 **7.748**  
**HOMENS**  
(34,7%)

 **21.312**  
**COM CONTRATOS**  
**POR TEMPO**  
**INDETERMINADO**  
(95,4%)

**956**  
**DETERMINADO**  
(4,3%)

**66**  
**ESTAGIÁRIOS**

 **2.340**  
**LIDERANÇA**  
(10,48%)

**19.994**  
**DEMAIS**  
**COLABORADORES**  
(89,52%)

 **13.047** **ATÉ 29 ANOS** (58,42%)

**8.455** **ENTRE 30 E 49 ANOS** (37,86%)

**832** **50 ANOS OU MAIS** (3,73%)

 **21.667** **DE PERÍODO**  
**INTEGRAL** (97,0%), dos quais  
14.144 mulheres e 7.523 homens

**667** **PARCIAL** (3,0%), dos quais  
442 mulheres e 225 homens

\*O total considera também os colaboradores afastados. Por este motivo, difere do total apresentado nas Demonstrações Financeiras, de 21.376, que considera somente os ativos.

|  | CONSELHO | DIRETORIA | LIDERANÇAS | COLABORADORES | MÉDIA GERAL |
|--|----------|-----------|------------|---------------|-------------|
|--|----------|-----------|------------|---------------|-------------|

#### POR GÊNERO

|          |       |       |       |       |              |
|----------|-------|-------|-------|-------|--------------|
| Mulheres | 25,0% | 33,0% | 65,6% | 63,0% | <b>65,3%</b> |
| Homens   | 75,0% | 67,0% | 34,4% | 37,0% | <b>34,7%</b> |

#### POR IDADE

|              |       |       |       |       |              |
|--------------|-------|-------|-------|-------|--------------|
| até 29 anos  | 0,0%  | 0,0%  | 26,1% | 62,2% | <b>58,4%</b> |
| 30-49 anos   | 12,0% | 50,0% | 71,5% | 33,9% | <b>37,9%</b> |
| 50 anos ou + | 88,0% | 50,0% | 2,5%  | 3,9%  | <b>3,7%</b>  |

#### POR RAÇA

|               |        |        |       |       |              |
|---------------|--------|--------|-------|-------|--------------|
| Amarela       | 0,0%   | 0,0%   | 0,5%  | 0,6%  | <b>0,6%</b>  |
| Branca        | 100,0% | 100,0% | 80,0% | 60,3% | <b>62,4%</b> |
| Indígena      | 0,0%   | 0,0%   | 0,0%  | 0,1%  | <b>0,1%</b>  |
| Parda         | 0,0%   | 0,0%   | 12,9% | 24,7% | <b>23,4%</b> |
| Preta         | 0,0%   | 0,0%   | 5,3%  | 10,8% | <b>10,2%</b> |
| Não informado | 0,0%   | 0,0%   | 1,2%  | 3,5%  | <b>3,3%</b>  |

Todos os colaboradores estão cobertos por acordos sindicais, cujos direitos e obrigações são aplicados através de um sistema robusto de gestão. Para os acordos sindicais a empresa dispõe de um sistema de GED (Guarda Eletrônica de Documentos) onde armazena 100% desse conteúdo.

### LICENÇA MATERNIDADE

Licenças encerradas até 2018: **670**

Total de colaboradoras que retornaram ao trabalho após a licença: **600**

**TAXA DE RETORNO: 89,6%**

### LICENÇA PATERNIDADE

Licenças encerradas até 2018: **159**

Total de colaboradores que retornaram ao trabalho após a licença: **155**

**TAXA DE RETORNO: 97,5%**

## DIVERSIDADE NAS OPORTUNIDADES

Em 2018 demos maior visibilidade ao tema da diversidade e da inclusão na Companhia, com a criação da área de Diversidade em abril de 2018.

Desde então, com o apoio de uma consultoria externa especializada, trabalhamos em um diagnóstico interno para entendermos o perfil de diversidade dos colaboradores da Renner e realizamos uma análise setorial de melhores práticas e desafios.

Com base nesse diagnóstico, construiremos um plano de ação para estímulo a uma cultura de diversidade nos próximos anos. Neste primeiro ano, o foco foi na promoção de um ambiente de trabalho e cultura inclusiva em relação às pessoas com deficiência por meio das principais iniciativas apresentadas a seguir:

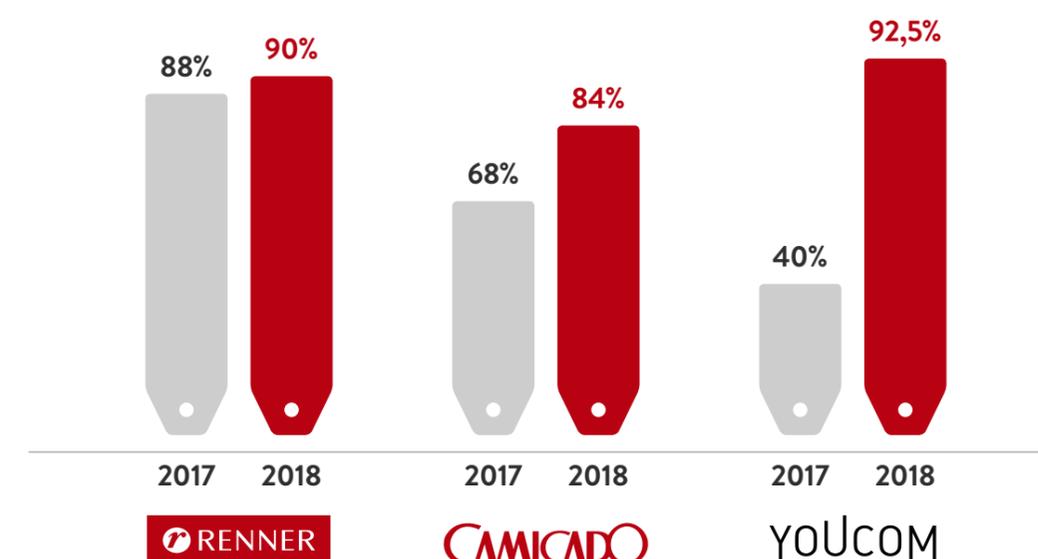
### RENNER

- **AGENTES DA INCLUSÃO:** na Renner, formamos a primeira turma de desenvolvimento de agentes de inclusão, com sete colaboradores (dois líderes e outros cinco de diferentes categorias funcionais). Foram cinco módulos ao longo de seis meses preparando esses colaboradores para que possam multiplicar a cultura de inclusão na Companhia.
- **TREINAMENTOS:** oferecemos treinamentos sobre diversidade e inclusão às equipes de TI, Divisão de lojas, Centro de Serviços Compartilhados e Centros de Distribuição.
- **ACOMPANHAMENTO:** a área de diversidade faz um acompanhamento próximo das pessoas com deficiência e dos gestores que tem ou terão uma pessoa com deficiência em sua equipe para garantir uma efetiva inclusão.
- **ETIQUETA EM BRAILE:** em novembro, a Renner lançou uma coleção cápsula de três camisetas com estampas e etiquetas em braile.

### CAMICADO

- **Mês da diversidade:** realizamos diversas atividades em setembro para despertar a reflexão sobre o que é a inclusão de pessoas com deficiência, além de dois treinamentos com lideranças e não lideranças.
- **Jovem Aprendiz:** em parceria com a Derdic, escola bilíngue voltada para o ensino de crianças e adolescentes com deficiência auditiva, contratamos 27 aprendizes surdos, que passaram por aulas preparatórias para o ingresso em nossas lojas em 2018 para iniciarem suas atividades em 2019 com maior autonomia.
- **Semana da Diversidade:** em comemoração ao Dia da Pessoa com Deficiência, realizamos palestras, dinâmicas de sensibilização e rodas de conversa para falarmos sobre o assunto.

### ATENDIMENTO À COTA DE CONTRATAÇÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA



## APOIO AO DESENVOLVIMENTO

GRI 404-1, 404-3

Proporcionamos a todos os nossos colaboradores um ciclo de carreira estruturado, conduzido pelo núcleo de Gente e Desenvolvimento, com processos e ferramentas para apoiar sua contínua evolução:

- A Universidade Renner é uma rede de experiências de aprendizagem, que busca transformar conhecimento em encantamento.

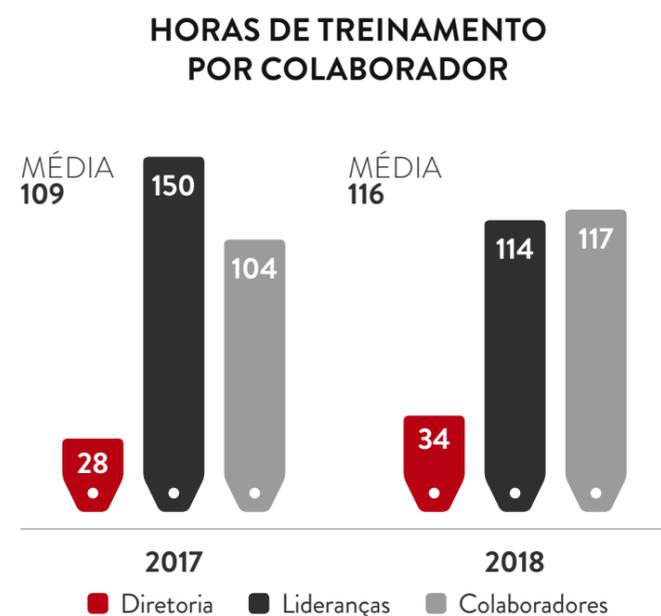
A Universidade conta com uma plataforma moderna de aprendizagem e estimula redes de experiências e conexão entre os colaboradores para potencializar a troca de conhecimento.

A base de formação se baseia nos seguintes pilares: Liderança Inspiradora, Cultura do Encantamento, Gestão do Negócio, Sustentabilidade, Moda e Produto.

São oferecidos recursos de aprendizagem em diferentes formatos, promovendo cursos e treinamentos *online* e presenciais com o objetivo de fortalecer as lideranças e o desenvolvimento das equipes.

- Modelo de educação corporativa — baseado nos pilares liderança inspiradora, cultura do encantamento, gestão do negócio, sustentabilidade, moda e produto — com cursos e treinamentos *online* e presenciais e ações voltadas ao fortalecimento de lideranças e desenvolvimento das equipes.

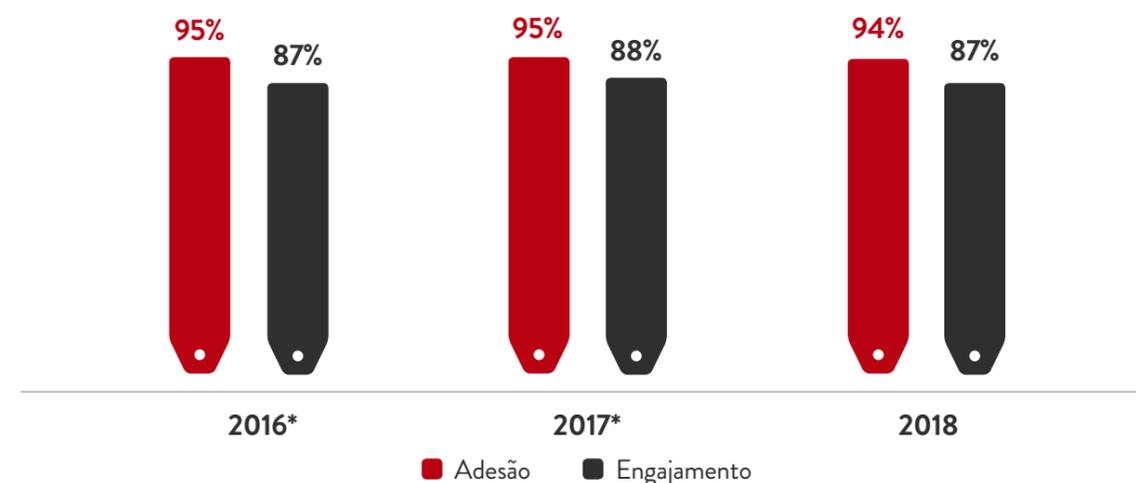
- Em 2018, realizamos avaliação de competências junto a 91% dos colaboradores elegíveis de Renner, Camicado e Youcom avaliados, sendo 65% desse total mulheres e 35% homens, 71% colaboradores e 29% lideranças.
- Realização de Planos de Desenvolvimento Individuais (PDIs) com ações baseadas no modelo de aprendizagem 70/20/10 (70% ações *on the job*, 20% ações de trocas de conhecimento e compartilhamento e 10% ações formais de capacitação).



## ENGAJAMENTO

Em linha com o nosso Valor corporativo “Gente”, investimos no estabelecimento de um clima favorável no ambiente de trabalho, onde as pessoas se sintam valorizadas e reconhecidas, o que apoia nosso objetivo de atrair e manter os melhores talentos. Anualmente, a pesquisa de engajamento voluntária e anônima com todos os colaboradores da Renner e Camicado tem nos mostrado que estamos no caminho certo. Em 2018, o índice de engajamento consolidado de Renner e Camicado foi de 87%, com adesão de 94%, diferenciais no varejo nacional e internacional.

### PESQUISA DE ENGAJAMENTO



\*Valores consideravam apenas as lojas da Renner, já que dados da Camicado eram calculados separadamente. Em 2018 o valor consolida os dois negócios.

# APOIO ÀS COMUNIDADES

GRI 203-1, 203-2, 413-1, 413-2

Nossa operação como varejista de moda não gera impactos negativos nas comunidades do entorno de nossas lojas. Nosso foco na gestão desse relacionamento é, portanto, em exercer nosso potencial de alcance de milhões de pessoas para a geração de desenvolvimento para a sociedade.

Há dez anos, o Instituto Lojas Renner faz a gestão do nosso investimento social privado, a partir de recursos de incentivo fiscal e de recursos próprios do orçamento da Lojas Renner S.A.

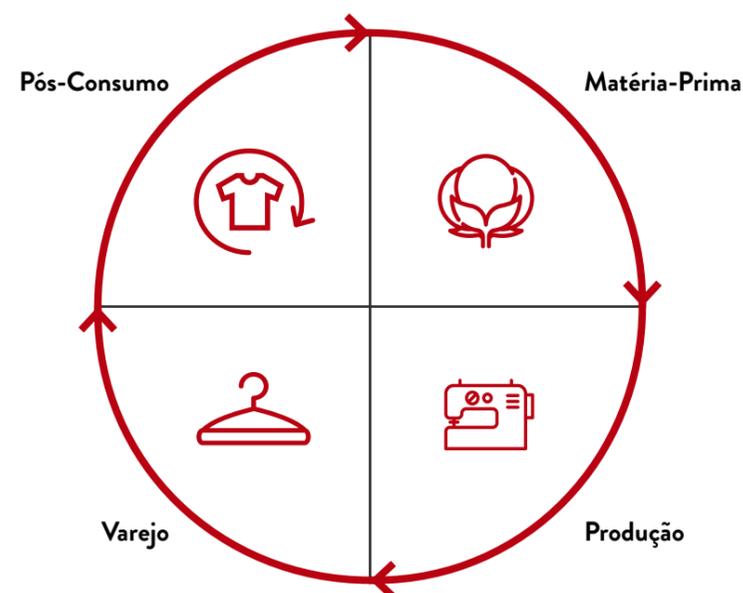
Os recursos próprios, desde o início da atuação do Instituto, eram oriundos da “Campanha Mais Eu”, que previa, durante quatro dias de agosto, a reversão de 5% da venda líquida, isenta de impostos, ao Instituto Lojas Renner.

Em 2018, a campanha foi reformulada e deu origem ao Movimento Todas Avançam Juntas, que, além da arrecadação de R\$ 2,5 milhões em agosto, passou a promover ações periódicas de arrecadação e de engajamento de clientes em linha com a missão do Instituto Lojas Renner.

## PROJETOS APOIADOS

Os projetos apoiados estão alinhados aos diferentes elos da cadeia têxtil da moda, de maneira a unir a geração de valor às pessoas e organizações beneficiadas à construção do nosso objetivo estratégico de Moda Responsável. Conheça os principais projetos a seguir:

### INSTITUTO LOJAS RENNER – 2018



### PORTFÓLIO DE PROJETOS

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| Empoderamento de mulheres              |  |  |  |  |
| Empoderando refugiadas                 |  |  |  |  |
| Mulheres na cadeia do algodão orgânico |  |  |  |  |
| Empreendedoras da moda                 |  |  |  |  |
| Gestão de oficinas de costura          |  |  |  |  |
| Ecosistema de moda sustentável         |  |  |  |  |

## EMPODERAMENTO DE MULHERES

Desde 2008, os projetos de geração de emprego e renda para mulheres em situação de vulnerabilidades foram o grande foco do Instituto. Com a mudança da missão, em 2016 foi instituída uma parceria entre o Instituto Lojas Renner, Lojas Renner S.A. e ONU Mulheres, para o apoio a iniciativas de grupos produtivos voltadas para a igualdade de gênero e a geração de renda na cadeia de valor da indústria têxtil.

## EMPREENDEDORAS DA MODA

Criado em 2018, o Programa promove a capacitação técnica e de gestão de mulheres de baixa renda para que empreendam na criação, ampliação ou profissionalização de seus negócios na cadeia têxtil. Com duração de 12 meses, o Programa prevê formação em relação aos diferentes saberes necessários a uma empreendedora:

- Requisitos de sustentabilidade, qualidade de produtos e conformidade social
- Cadeia produtiva
- Contratação
- Controles financeiros
- Produtividade
- Precificação, vendas e divulgação
- Capacitação técnica em costura industrial ou técnicas de *upcycling*
- Competências (protagonismo, liderança, inteligência emocional, cooperação e independência financeira)

O Empreendedoras da Moda é desenvolvido em seis cidades do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo e Rio de Janeiro e prevê a capacitação de 520 mulheres nas primeiras turmas, a concluírem a formação em 2019.

## EMPODERANDO REFUGIADAS

Parte da parceria com a ONU Mulheres, o Instituto oferece capacitação profissional a mulheres refugiadas em São Paulo, desde 2016, e no Rio de Janeiro e em Belo Horizonte, a partir de 2018, por meio da parceria com centros de formação que desenvolvem cursos na área de costura e de atendimento e venda para varejo para prepará-las para entrarem no mercado de trabalho brasileiro.

Os cursos também contemplam o desenvolvimento de habilidades comportamentais como autoconfiança, trabalho em equipe e questões relacionadas à cultura brasileira, saúde e segurança no trabalho, além de oportunizar o contato com gerentes da Renner, da Camicado e da Youcom e visitas às lojas para que conheçam o funcionamento e rotina do varejo brasileiro.

Em 2018, dobramos o número de refugiadas capacitadas e formamos 120 alunas, das quais 35 foram efetivadas nos negócios da Lojas Renner S.A.: Renner, Camicado e Youcom. Desde o início do projeto, já foram 240 refugiadas capacitadas.

*"O projeto Empoderando Refugiadas foi criado em novembro de 2015 pelo GT Direitos Humanos da Rede Brasil do Pacto Global, em parceria com ACNUR e ONU Mulheres. Este projeto reuniu um grupo de mulheres refugiadas e solicitantes de refúgio, com o objetivo de lhes propiciar meios para seu empoderamento econômico por meio de palestras sobre orientações dos direitos e cidadania, mercado de trabalho e empreendedorismo, além de conexões com potenciais empregadores. Várias empresas participaram e promoveram os direitos destas mulheres a partir da contratação, promoção de conhecimento e oportunidades profissionais e educacionais. O projeto é executado com o apoio de empresas e organizações parceiras, sendo a Renner uma das organizações que se engajaram desde o início do projeto, acreditando em todo seu potencial. Além de apoiar o projeto, a empresa também oferece para as participantes uma oportunidade de participar de um curso no Centro São José na área de costura, de atendimento e venda para varejo. Por fim, a empresa também se mobilizou e contratou participantes do projeto."*

## GABRIELA ALMEIDA

Assessora de Direitos Humanos da Rede Brasil do Pacto Global

### MULHERES NA CADEIA DO ALGODÃO ORGÂNICO

Projeto de qualificação profissional de mulheres quilombolas produtoras rurais de três comunidades em Minas Gerais para melhoria nos processos produtivos no cultivo do algodão orgânico, com certificação participativa.

Em 2018, o projeto envolveu cerca de **300 famílias**.

### ECOSSISTEMA DA MODA SUSTENTÁVEL

O Instituto apoia o projeto, que reúne um conjunto de pesquisadoras, empreendedores, coletivos e marcas com o objetivo de colaborar com a produção e consumo de moda sustentável no Rio Grande do Sul. O ecossistema se desenvolve por meio de um processo co-criativo de *design* capaz de estimular as relações entre os diferentes atores como também incentivar e valorizar o crescimento da produção local.

*“O projeto contribui com o fortalecimento das comunidades de migrantes, para que conheçam seus direitos e tenham a possibilidade uma inclusão socioeconômica efetiva no Brasil, e pela busca de uma inserção no setor têxtil em condições de trabalho decente. Também colabora com o fortalecimento da política pública e da rede de apoio aos migrantes e por fim, inspira donos de pequenas oficinas a regularizar seus negócios e aprimorar seu ambiente de trabalho, propiciando bem-estar e proteção aos seus trabalhadores.”*

### ANTONIO CARLOS DE MELLO ROSA

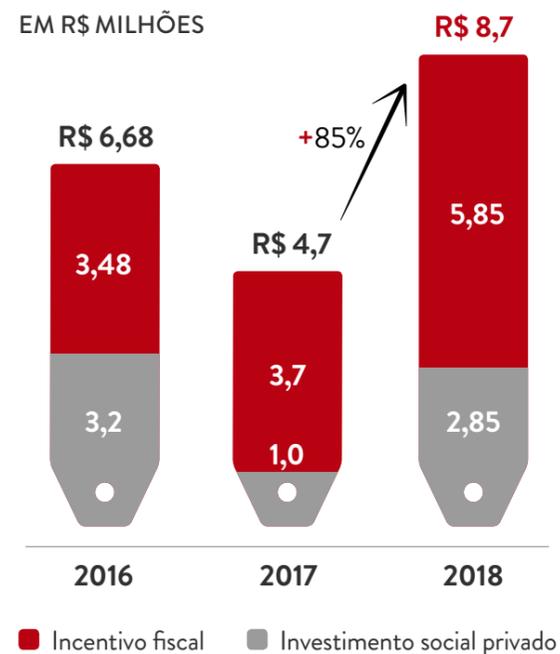
Coordenador do Programa de Prevenção e Enfrentamento ao Trabalho Forçado Organização Internacional do Trabalho

### GESTÃO EM OFICINAS DE COSTURA

Pelo segundo ano, em parceria com outras empresas do setor e com a OIT (Organização Internacional do Trabalho), seguimos com o projeto “Promovendo melhorias das condições de trabalho e gestão nas oficinas de costura em São Paulo”, que promove a capacitação e desenvolvimento de 30 oficinas de imigrantes bolivianos na cidade de São Paulo e região metropolitana.

## INVESTIMENTOS

EM R\$ MILHÕES



**11.800**   
BENEFICIADOS

**51**   
PROJETOS

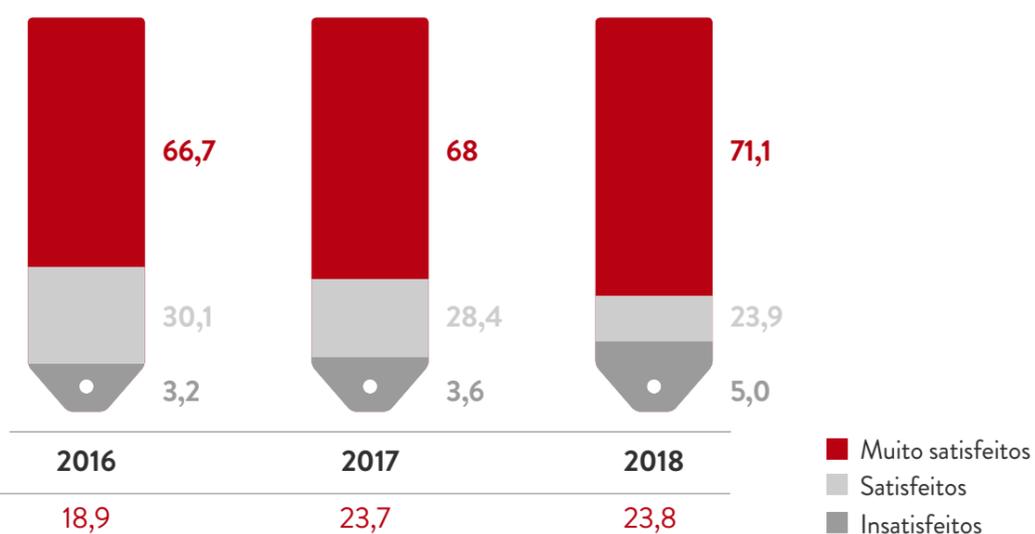
# CLIENTES

## FOCO NO CLIENTE

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.

Em 2018, digitalizamos o encantômetro em nossas lojas para capturar em tempo real e com uma visão completa o *feedback* dos clientes, o que nos permite corrigir possíveis focos de insatisfação com agilidade.

### ENCANTÔMETRO (%)



A busca contínua pelo encantamento, em 2018, foi apoiada por diversas melhorias tecnológicas, de processos e logísticas para que os colaboradores das lojas possam ter mais foco nas atividades de atendimento e também para que possamos oferecer os produtos que o cliente quer, quando quer, e proporcionar experiências de compra cada vez melhores (saiba mais nas **páginas 22 a 27**).

## PROXIMIDADE

Com a rápida evolução digital da sociedade, uma parte importante do encantamento é estarmos atentos às opiniões, demandas e expectativas dos nossos clientes no mundo *online*, cada dia mais conectados com os perfis de cada uma das nossas lojas.

## PRESENÇA DAS MARCAS NAS REDES SOCIAIS

| Seguidores      | f           | ig          | tw        | www (acessos) | p          |
|-----------------|-------------|-------------|-----------|---------------|------------|
| <b>RENNER</b>   | 9,7 milhões | 4,5 milhões | 100,0 mil | 486 mil       | 135,4 mil  |
| <b>CAMICADO</b> | 810,9 mil   | 669,9 mil   | 8,7 mil   | não possui    | 3,4 mil    |
| <b>YOUCOM</b>   | 1,0 milhão  | 178 mil     | 2,3 mil   | 49,8 mil      | não possui |

## CANAIS DE ATENDIMENTO PERSONALIZADOS

Conheça os telefones das Centrais de Atendimento e acesse o Fale Conosco por e-mail e os Chats Online em:

- Renner**  
[www.lojasrenner.com.br/central-de-atendimento](http://www.lojasrenner.com.br/central-de-atendimento)
- Camicado**  
[www.camicado.com.br/atendimento/content/12](http://www.camicado.com.br/atendimento/content/12)
- Youcom**  
[www.youcom.com.br/autoatendimento](http://www.youcom.com.br/autoatendimento)

Contamos com equipe dedicada para responder as reclamações recebidas dos clientes via site do **RECLAME AQUI**.

Atendemos nas principais redes sociais de cada negócio, como o Facebook e Instagram:

- Renner**  
[www.facebook.com/LojasRenner](https://www.facebook.com/LojasRenner)  
[www.instagram.com/lojasrenner](https://www.instagram.com/lojasrenner)
- Camicado**  
[www.facebook.com/camicado](https://www.facebook.com/camicado)  
[www.instagram.com/camicado](https://www.instagram.com/camicado)
- Youcom**  
[www.facebook.com/lojayoucom](https://www.facebook.com/lojayoucom)  
[www.instagram.com/lojayoucom](https://www.instagram.com/lojayoucom)

## DIVERSIDADE

GRI 417-3

Temos cada vez mais trabalhado a questão da representação de diferentes estereótipos e do aumento da representatividade de minorias nas propagandas. Buscamos contemplar diferentes raças e faixa etária em nossas campanhas, ensaios e vídeos. Em 2018 também lançamos camisetas com descrição em braile e trabalhamos inclusão na campanha de dia das crianças.

Nossas campanhas de comunicação e marketing atendem à 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 2018, não identificamos nenhuma não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, tanto institucionais quanto de varejo.

## SENSIBILIZAÇÃO NO CONSUMO

Acreditamos que temos uma responsabilidade importante na relação com nossos clientes para criar um negócio cada vez mais sustentável: oferecer linhas de produtos cada vez menos impactantes (saiba mais na **página 45**) informando o público sobre o processo produtivo dessas peças e empoderando suas escolhas. Conheça a seguir as principais linhas de produtos e campanhas lançadas nesse sentido:

### SELO RE

Em 2018 lançamos ao público o selo Re Moda Responsável, que simboliza nosso jeito de pensar e praticar a sustentabilidade e identifica nossos produtos, serviços e iniciativas voltadas para o tema. No evento de lançamento, trouxemos a apresentação da coleção Re Jeans (ver item a seguir) e um bate papo entre o Presidente da Lojas Renner S.A. e a jornalista de moda Lilian Pacce sobre a importância da iniciativa.

### RE JEANS

Primeira coleção com jeans reciclado a partir da reciclagem das sobras de tecido do processo de produção do jeans da Renner. Esses resíduos de tecidos são reaproveitados, evitando o descarte de resíduos têxteis, e separados por cor. Após a separação, os tecidos são desfibrados, voltando a ser um fio. Com esse fio, criam-se novos tecidos jeans e, a partir deles, são feitas as peças recicladas que compõem a coleção que podem ser adquiridas em 85 lojas selecionadas no Brasil e Uruguai e no e-commerce. **Ao todo, em 2018, foram produzidas 54,3 mil peças na coleção Re Jeans.**

### #YOURECYCLE

Desde 2017, a Youcom lança uma coleção cápsula #YouRecycle, com produtos feitos com tecidos originados da reciclagem de material têxtil e/ou PET, em um processo de fabricação que dispensa o consumo de água e químicos e tem zero emissões de carbono. Cada metro de tecido reciclado promove o reaproveitamento de 500g de retalho têxtil ou de 8 garrafas PET. Os produtos chegaram às lojas com tags especiais, em papel semente, com informações sobre melhores hábitos para a minimização de impactos. Em 2018 foram desenvolvidos 45 itens com materiais mais sustentáveis, somando 70.142 peças.

### SABONETE ALCHEMIA

Produto com embalagem desenvolvida com sobras de tecidos da confecção por mulheres apoiadas pelo programa Empreendedoras da Moda, do Instituto Lojas Renner.

### JEANS FOR CHANGE

Desde 2014, o projeto da Youcom fomenta ações que buscam ressignificar o uso do jeans que, no pós-consumo, pode ser transformado em algo novo, aumentando assim seu ciclo de vida útil. O projeto já trabalhou com pilotos de doação de peças para a confecção de ecobags, com concursos de design de bolsas feitas com peças jeans usadas e com a transformação de peças por processo de desfibragem, todos com a participação de mulheres e comunidades em situação de vulnerabilidade.



## SENSIBILIZAÇÃO NO USO

Outro passo fundamental para diminuir o impacto ambiental do ciclo de vida de nossos produtos é criar peças de qualidade, que tenham maior durabilidade, e educar o consumidor para hábitos de uso mais sustentáveis.

### QUALIDADE E DURABILIDADE

Temos um cuidado especial com a qualidade e contamos com um laboratório onde testamos os produtos em desenvolvimento para avaliar questões como encolhimento, torção, solidez da cor e *pilling* (formação de bolinhas). Além disso, também realizamos uma análise visual para verificar costuras e acabamentos, sinalizando os pontos de melhoria para entregar um produto com qualidade e durabilidade, encantando, assim, nossos clientes.

### CUIDADOS NO USO DO PRODUTO

Em 2018, após o evento de lançamento do Selo Re para o mercado, promovemos *workshops* para clientes em loja de São Paulo e Porto Alegre com a *designer* Cristal Muniz, blogueira do Um ano sem lixo e autora do livro "Uma vida sem lixo: Guia para reduzir o desperdício na sua casa e simplificar a vida", que explicou a ideia de lavanderia ecológica e defendeu o uso de um sabão em pó sustentável — produzido a partir de ingredientes naturais que prejudiquem menos o meio ambiente. Para 2019, planejamos levar aos nossos clientes mais dicas de cuidado com o produto para ampliar sua vida útil, o que contribui para uma moda cada vez mais responsável.



## ACESSIBILIDADE DE LOJAS

Com o objetivo de se tornar referência em acessibilidade no varejo brasileiro, a Renner em 2015 criou o Projeto de Inclusão com o objetivo inicial de adequar 21 lojas para acessibilidade aos clientes e colaboradores.

A partir daí, reunimos em um documento as premissas de projeto de inclusão para construção e reformas de lojas, em linha com a NBR 9050, que trata de acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Em 2016 fizemos *workshops* sobre acessibilidade para conscientização e prática dos conceitos de inclusão para parceiros Renner e, a partir de 2017, todos os projetos de lojas novas ou grandes reformas já incluem 100% das premissas de acessibilidade.

Ao todo, já foram investidos cerca de R\$ 3 milhões na acessibilidade de lojas e, em 2018, totalizamos 76 lojas 100% acessíveis (21% do total), que atendem a todas as premissas da norma, e 279 lojas parcialmente acessíveis (79% do total).

# ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI

GRI 102-55

Os protocolos GRI Standards utilizados são as versões de 2016.

| CONTEÚDO GERAL                     |  | REFERÊNCIA (PG) / RESPOSTA DIRETA   | RELAÇÃO COM OS ODS |
|------------------------------------|--|---|--------------------|
| <b>GRI 102: DISCLOSURES GERAIS</b> |  |   |                    |
| <b>Perfil Organizacional</b>       |  |   |                    |
| 102-1                              | Nome da organização  | Lojas Renner S.A.   |                    |
| 102-2                              | Principais atividades, marcas, produtos e/ou serviços  | Pg. 10  |                    |
| 102-3                              | Localização da sede  | Pg. 10  |                    |
| 102-4                              | Número de países em que a organização opera  | Pg. 10  |                    |
| 102-5                              | Tipo e natureza jurídica da propriedade  | Sociedade Anônima S.A. de capital aberto.   |                    |
| 102-6                              | Mercados atendidos   | Pg. 10  |                    |
| 102-7                              | Porte da organização   | Pg. 10  |                    |
| 102-8                              | Perfil de empregados e outros trabalhadores  | Pg. 54. Os dados reportados incluem todos os colaboradores, ativos e afastados, em 31/12/2018.  |                    |
| 102-9                              | Descrição da cadeia de fornecedores da Companhia   | Pg. 32  | 8                  |
| 102-10                             | Principais mudanças na estrutura da companhia e na cadeia de fornecedores durante o período coberto  | Ampliação dos gastos com fornecedores internacionais em 9 p.p.  |                    |
| 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 17.                          |                    |
| 102-12                             | Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa | Pg. 6 e 33  |                    |
| 102-13                             | Principais participações em associações e/ou organismos nacionais /internacionais de defesa  | Pg. 17  |                    |
| <b>Estratégia</b>                  |  |   |                    |
| 102-14                             | Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão sobre a relevância da sustentabilidade para a organização                                 | Pg. 6   |                    |
| 102-15                             | Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades  | Pg. 16 e 17   |                    |
| <b>Ética e Integridade</b>         |  |   |                    |
| 102-16                             | Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética  | Pg 7 e 52. A Visão, Valores e Código de Conduta estão disponíveis em português, inglês e espanhol para alcançar todos os membros do órgão de governança, colaboradores, parceiros de negócios e outras partes interessadas. | 16                 |

| CONTEÚDO GERAL                    |  | REFERÊNCIA (PG) / RESPOSTA DIRETA   | RELAÇÃO COM OS ODS |
|-----------------------------------|--|---|--------------------|
| <b>Governança</b>                 |  |   |                    |
| 102-18                            | Estrutura de governança, incluindo comitês   | Pg. 13  |                    |
| 102-28                            | Processos de avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança no que diz respeito à governança de tópicos econômicos, ambientais e sociais | Pg. 15  |                    |
| <b>Engajamento de Stakeholder</b> |  |   |                    |
| 102-40                            | Lista de stakeholders engajados pela organização   | O último processo de materialidade que envolveu o engajamento de <i>stakeholders</i> , em 2016, envolveu alta liderança, colaboradores, investidores, fornecedores, clientes, e formadores de opinião com conhecimentos específicos dos riscos socioambientais do setor.  |                    |
| 102-41                            | Percentual de empregados cobertos por negociação coletiva  | 100%  | 8                  |
| 102-42                            | Base usada para identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento  | No último processo de materialidade, em 2016, os públicos de relacionamento selecionados foram aqueles com maior potencial de exercer influência no negócio.  |                    |
| 102-43                            | Abordagem adotada pela Companhia para engajar <i>stakeholders</i> e frequência do engajamento  | O processo de materialidade é realizado a cada 6 anos, com revisão na metade do ciclo. Em 2018 foi feita revisão do ciclo Moda Responsável 2016-2021 com foco em aprimorar a gestão do impacto dos temas relevantes, avaliação dos pontos de melhoria para alcançar os objetivos estratégicos propostos e identificação de pontos de melhoria no monitoramento e reporte. Portanto, esse processo não envolveu <i>stakeholders</i> externos. Adicionalmente à materialidade, temos inúmeras formas de engajamento no dia a dia com nossos públicos, descritas ao longo dos capítulos dedicados a clientes, colaboradores, fornecedores e sociedade.                 |                    |
| 102-44                            | Principais tópicos levantados durante o engajamento de <i>stakeholders</i> e medidas adotadas pela Companhia para abordá-los                       | Pg. 29  |                    |
| <b>Práticas de Reporte</b>        |  |   |                    |
| 102-45                            | Lista de entidades incluídas nas demonstrações financeiras   | Lojas Renner (Renner), Maxmix Comercial Ltda. (Camicado), Fashion Business Comércio de Roupas Ltda. (Youcom), Renner Administradora de Cartões de Crédito Ltda. (RACC), Dromegon Participações Ltda. (Dromegon) – que detém a propriedade de alguns dos imóveis utilizados em nossas operações comerciais – Lojas Renner Shanghai Trading Co. Ltd. (LRS) – que desempenha as funções de compras, controle de qualidade e desenvolvimento de amostras com fornecedores na Ásia e Realize Crédito, Financiamento e Investimento S.A. (Realize). Todas as empresas de nossa estrutura inclusas nas DFs são consideradas nos indicadores quantitativos neste relatório. |                    |
| 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.  |                    |

| CONTEÚDO GERAL                      |  | REFERÊNCIA (PG) / RESPOSTA DIRETA  | RELAÇÃO COM OS ODS |
|-------------------------------------|--|--|--------------------|
| 102-47                              | Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo                                     | - Fornecedores Responsáveis<br>- Gestão Ecoeficiente<br>- Produtos e Serviços Sustentáveis<br>- Engajar Colaboradores, Comunidades e Clientes.   |                    |
| 102-48                              | Explicação das consequências 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 | As emissões escopo 2 por escolha de compra em 2017 (305-2) sofreu alterações na finalização do inventário de 2017 e, por isso, corrigimos o dado neste relatório.  |                    |
| 102-50                              | Período coberto pelo relatório   | 2018   |                    |
| 102-51                              | Data do relatório anterior mais recente  | 2017   |                    |
| 102-52                              | Ciclo de emissão dos relatórios  | Anual  |                    |
| 102-53                              | Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório   | Pg. 4  |                    |
| 102-54                              | Premissas de relato de acordo com os Standards GRI   | Este Relatório foi preparado de acordo com o GRI Standards: opção Essencial  |                    |
| 102-55                              | Sumário de Conteúdo GRI  | Pg. 63   |                    |
| 102-56                              | Verificação externa  | Pg. 71   |                    |
| <b>GRI 103: ABORDAGEM DE GESTÃO</b> |  |  |                    |
| 103-1                               | Explicação dos temas materiais e seus limites  | 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.<br>Gestão ecoeficiente: relevante por considerar a extensão das operações, o consumo de recursos naturais e descarte das 556 lojas e sede. O impacto se dá na Companhia, no meio ambiente e na sociedade.<br>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.<br>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. |                    |
| 103-2                               | Gestão sobre o tema material   | Pgs. 17, 32, 38, 45 e 51   |                    |
| 103-3                               | Evolução da gestão   | Pgs. 32, 38, 45 e 51   |                    |

| CONTEÚDO GERAL                                |  | REFERÊNCIA (PG) / RESPOSTA DIRETA   | RELAÇÃO COM OS ODS |
|---|--|---|--------------------|
| <b>GRI 203: IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS</b> |  |   |                    |
| 203-1   | Investimentos em infraestrutura e serviços que afetam também a sociedade   | Pg. 57  | 2                  |
| 203-2   | Impactos econômicos indiretos significativos, incluindo a extensão dos impactos  | Pg. 57  |                    |
| <b>GRI 204: PRÁTICAS DE COMPRAS</b>           |  |   |                    |
| 204-1   | Proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes   | Pg. 32. Consideramos locais os fornecedores brasileiros.  | 12                 |
| <b>GRI 205: ANTI-CORRUPÇÃO</b>                |  |   |                    |
| 205-1   | Número total e percentual de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção e os riscos significativos identificados | Pg. 52  |                    |
| 205-2   | Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção  | Pg. 52  |                    |
| 205-3   | Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas   | Pg. 52  |                    |
| <b>GRI 301: MATERIAIS</b>                     |  |   |                    |
| 301-3   | Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto                    | Pg. 44. O indicador não traz percentual em relação aos produtos vendidos porque as embalagens coletadas no EcoEstilo Perfumaria não são exclusivamente vendidas pela Companhia. Portanto, neste indicador trazemos apenas o total de embalagens coletadas, dado relevante que mostra o desempenho do projeto em coletar embalagens. |                    |
| <b>GRI 302: ENERGIA</b>                       |  |   |                    |
| 302-1   | Consumo de energia dentro da organização   | Pg. 41. A informação não inclui tipos de combustíveis usados. Consideramos 1 watt-hora o equivalente a 3.600 joules.  | 7,8, 12 e 13       |
| 302-3   | Intensidade energética   | Pg. 41. O indicador considera somente consumo dentro da organização.  | 7,8, 12 e 13       |
| 302-4   | Redução do consumo de energia  | Pg. 41  | 7,8, 12 e 13       |
| 302-5   | Reduções nos requisitos de energia relacionados a produtos e serviços  | Pg. 41  | 7,8, 12 e 13       |
| <b>GRI 305: EMISSÕES</b>                      |  |   |                    |
| 305-1   | Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)  | Pg. 43  | 3, 12 e 13         |
| 305-2   | Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia (Escopo 2)   | Pg. 43  | 3, 12 e 13         |
| 305-3   | Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 3)  | Pg. 43  | 3, 12 e 13         |
| 305-4   | Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)  | Pg. 43  | 13                 |
| 305-5   | Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)  | Pg. 43  | 13                 |
| <b>GRI 306: EFLUENTES E RESÍDUOS</b>          |  |   |                    |
| 306-2   | Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição   | Pg. 44  | 3 e 12             |

| CONTEÚDO GERAL  |   | REFERÊNCIA (PG) / RESPOSTA DIRETA   | RELAÇÃO COM OS ODS |
|---|---|---|--------------------|
| <b>GRI 308: AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES</b>           |   |   |                    |
| 308-1   | Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais  | Pg. 33 a 35   |                    |
| 308-2   | Impactos ambientais negativos significativos reais e potenciais na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito   | Pg. 17 e 33 a 35  |                    |
| <b>GRI 401: EMPREGO</b>                                       |   |   |                    |
| 401-3   | Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero  | Pg. 54. Não inclui dados de retenção após 12 meses, que não estava disponíveis na época da publicação.  |                    |
| <b>GRI 404: TREINAMENTO E EDUCAÇÃO</b>                        |   |   |                    |
| 404-1   | Média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional   | Pg. 56  |                    |
| 404-3   | Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminado por gênero e categoria funcional  | Pg. 56  | 4, 5 e 8           |
| <b>GRI 405: DIVERSIDADE E IGUALDADE</b>                       |   |   |                    |
| 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. 54  |                    |
| <b>GRI 406: NÃO DISCRIMINAÇÃO</b>                             |   |   |                    |
| 406-1   | Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas   | Em 2018 foi registrada apenas uma reclamatória trabalhista em processos judiciais com alegação de assédio moral, expressiva queda em relação às 83 registradas no ano anterior. Não temos sistema de controle para reportar se essa reclamação tem relação com questão discriminatória. | 8                  |
| <b>GRI 407: LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA</b> |   |   |                    |
| 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                   | Pgs. 17 e 33 a 35   | 8 e 16             |
| <b>GRI 408: TRABALHO INFANTIL</b>                             |   |   |                    |
| 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  | Pgs. 17 e 33 a 35   | 8 e 16             |
| <b>GRI 409: TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO</b>        |   |   |                    |
| 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 | Pgs. 17 e 33 a 35   | 5, 8 e 16          |
| <b>GRI 410: PRÁTICAS DE SEGURANÇA</b>                         |   |   |                    |
| 410-1   | Porcentagem do pessoal de segurança submetido a treinamento nas políticas ou procedimentos da organização relativos a aspectos de direitos humanos que sejam relevantes às operações                          | Não temos monitoramento consolidado de total de pessoal de segurança submetido a treinamento, já que são colaboradores terceirizados. Buscaremos a criação de um padrão de consolidação nos próximos anos.  |                    |

| CONTEÚDO GERAL                                   |  | REFERÊNCIA (PG) / RESPOSTA DIRETA  | RELAÇÃO COM OS ODS |
|--|--|--|--------------------|
| <b>GRI 412: AVALIAÇÃO EM DIREITOS HUMANOS</b>    |  |  |                    |
| 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. 52   |                    |
| <b>GRI 413: COMUNIDADES LOCAIS</b>               |  |  |                    |
| 413-2  | Operações com impactos negativos significativos reais e potenciais nas comunidades locais  | Pgs. 17 e 57   | 8, 12 e 16         |
| <b>GRI 414: AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES</b> |  |  |                    |
| 414-1  | Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a direitos humanos   | Pgs. 17 e 33 a 35  |                    |
| 414-2  | Impactos negativos significativos reais e potenciais em direitos humanos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito   | Pgs. 17 e 33 a 35  | 8, 12 e 16         |
| <b>GRI 415: POLÍTICAS PÚBLICAS</b>               |  |  |                    |
| 415-1  | Valor total de contribuições financeiras para partidos políticos e políticos discriminadas por país e destinatário/beneficiário  | Não foram feitas contribuições políticas em dinheiro e espécie, direta ou indiretamente, pela Companhia.   | 16                 |
| <b>GRI 417: MARKETING E ROTULAGEM</b>            |  |  |                    |
| 417-1  | Requisitos para informações e rotulagem de produtos e serviços   | Todos os produtos contam com informações em suas etiquetas. Para os produtos menos impactante na Renner, comunicamos ao cliente este atributo por meio de etiquetas especiais. |                    |
| 417-3  | Número total de casos de não-conformidade com regulamentos e/ou códigos voluntários relativos a comunicações de <i>marketing</i> , incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado | Pg. 61   |                    |
| <b>SUPLEMENTO SETORIAL</b>                       |  |  |                    |
| <b>Código de Conduta</b>                         |  |  |                    |
| AF1  | Conteúdo e cobertura do Código de Conduta.   | Pg. 33   | 16                 |
| <b>Processo de Auditoria</b>                     |  |  |                    |
| AF2  | Partes e pessoal envolvido no código de conduzir função de <i>compliance</i> .   | Pgs. 35 e 52   | 12 e 16            |
| AF3  | Processo de auditoria de conformidade.   | Pgs. 34 e 35   | 12 e 16            |
| <b>Procedimentos de Reclamação</b>               |  |  |                    |
| AF4  | Política e procedimentos para receber, investigar e responder às queixas e reclamações.  | Pgs. 34 e 35   | 12 e 16            |
| <b>Capacitação</b>                               |  |  |                    |
| 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. 35   | 8, 12 e 16         |
| <b>Integração do Negócio</b>                     |  |  |                    |
| AF6  | Políticas para seleção de fornecedores, gestão e rescisão.   | Pg. 33   | 8, 12 e 16         |

| CONTEÚDO GERAL                          |   | REFERÊNCIA (PG) / RESPOSTA DIRETA   | RELAÇÃO COM OS ODS |
|---|---|---|--------------------|
| <b>CÓDIGO DE CONDUTA</b>                |   |   |                    |
| <b>AF7</b>                              | 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 Colaboradores e pelo Código de Conduta para Fornecedores.  |                    |
| <b>PROCESSO DE AUDITORIA</b>            |   |   |                    |
| <b>AF8</b>                              | Número de auditorias realizadas e porcentagem dos locais de trabalho auditados.               | Pgs 34 e 35.  | 12                 |
| <b>CONSTATAÇÕES DE NÃO-CONFORMIDADE</b> |   |   |                    |
| <b>AF9</b>                              | Casos de não cumprimento dos requisitos legais ou acordo coletivos de trabalho sobre salários | Foram registradas 126 não conformidades relacionadas a cumprimento de requisitos legais e acordos coletivos sobre pagamento de salários nos fornecedores de revenda, dos quais 112 (88,9%) já apresentaram o plano de ação e corrigiram as não conformidades e 14 estão dentro do prazo estabelecido em norma para regularização. | 12                 |
| <b>AF10</b>                             | Casos de não cumprimento com as normas relacionadas a horas-extras                            | Foram registradas 49 não conformidades relacionadas a irregularidades nas horas-extras nos fornecedores de revenda, dos quais 45 (91,8%) já apresentaram o plano de ação e corrigiram a não conformidades e quatro estão dentro do prazo estabelecido em norma para regularização.  | 12                 |
| <b>AF12</b>                             | Incidentes do uso de trabalho infantil  | Não foram registrados nenhum caso de utilização de trabalho infantil nas empresas que fizeram parte da base de fornecimento.  | 12                 |
| <b>AF13</b>                             | Casos de não conformidade com as normas em matéria de discriminação de gênero                 | No ano de 2018 não foram registrados nenhum caso de discriminação por gênero nas empresas que fizeram parte da base de fornecimento.  | 12                 |
| <b>AF14</b>                             | Casos de não conformidade com o Código de Conduta.  | Pgs 34 e 35.  | 12                 |
| <b>INTEGRAÇÃO DO NEGÓCIO</b>            |   |   |                    |
| <b>AF15</b>                             | Análise de dados de auditorias de conformidade de código.                                     | Pg. 35  | 12                 |
| <b>AF16</b>                             | Práticas de remediação em resposta às constatações de não conformidade.                       | Pg. 35  | 12                 |
| <b>AF17</b>                             | As ações para identificar e mitigar negócios práticas que afetam o cumprimento do código.     | Pgs. 34, 35 e 52  | 12                 |

# MAPA DE CAPITAIS



**NATURAL**

**PG. 17 • PG. 38 • PG. 45**



**FINANCEIRO**

**PG. 7 • PG. 19**



**MANUFATURADO**

**PG. 7 • PG. 10 • PG. 32**



**HUMANO**

**PG. 7 • PG. 51**



**SOCIAL E DE  
RELACIONAMENTO**

**PG. 7 • PG. 17  
PG. 32 • PG. 51**



**INTELECTUAL**

**PG. 13 • PG. 22 • PG. 51**

# PARECER DA AUDITORIA

GRI 102-56



## KPMG FINANCIAL RISK & ACTUARIAL SERVICES LTDA.

Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105,  
6º andar — Torre A

04711-904 — São Paulo/SP - Brasil

Caixa Postal 79518 — CEP 04707-970  
São Paulo/SP — Brasil

**Telefone:** +55 (11) 3940-1500

**Fax:** +55 (11) 3940-1501

**www.kpmg.com.br**

## RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DOS AUDITORES INDEPENDENTES

AO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO, ACIONISTAS E DEMAIS PARTES INTERESSADAS  
**LOJAS RENNER S.A.**  
PORTO ALEGRE - RS

### INTRODUÇÃO

Fomos contratados pela Lojas Renner S.A. (“Lojas Renner” ou “Companhia”) com o objetivo de aplicar procedimentos de asseguração limitada sobre as informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual 2018 da Lojas Renner, relativas ao ano findo em 31 de dezembro de 2018.

### RESPONSABILIDADES DA ADMINISTRAÇÃO DA LOJAS RENNER

A administração da Lojas Renner é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual 2018 de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative - GRI e com os 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 as informações divulgadas no Relatório Anual 2018, com base no trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico (CT) 07/2012, aprovado pelo Conselho Federal de Contabilidade e elaborado tomando por base a NBC TO 3000 (Trabalhos de Asseguração 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, aplicáveis às informações não 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 as informações divulgadas no Relatório Anual 2018, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagações à administração da Lojas Renner e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações constantes no Relatório Anual 2018, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir na forma de asseguração limitada sobre as informações de sustentabilidade tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguração limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório Anual 2018, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações constantes no Relatório Anual 2018 e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às

informações materiais de sustentabilidade divulgadas no Relatório Anual 2018, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

- a. planejamento dos trabalhos: consideração da materialidade dos aspectos para as atividades da Lojas Renner, da relevância das informações divulgadas, do volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório Anual 2018 da Lojas Renner. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe;
- b. entendimento e análise das informações divulgadas em relação à forma de gestão dos aspectos materiais;
- c. análise dos processos para a elaboração do Relatório Anual 2018 e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Princípios de Conteúdo e Qualidade dos Standards para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards);
- d. avaliação dos indicadores não-financeiros amostrados:
  - entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
  - aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório Anual 2018;
  - análise de evidências que suportam as informações divulgadas;

- visitas ao escritório corporativo da Lojas Renner para aplicação destes procedimentos, assim como dos itens (b) e (c);
- e. análise da razoabilidade das justificativas das omissões de indicadores de desempenho associados a aspectos e tópicos apontados como materiais na análise de materialidade da Companhia;
- f. confronto dos indicadores de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ ou registros contábeis.

Acreditamos que as informações, as evidências e os resultados obtidos em nosso trabalho são suficientes e apropriados 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. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguarção razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguarção razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório Anual 2018.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os 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 dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, para a avaliação da adequação das suas políticas, práticas e desempenho em sustentabilidade, nem em relação a projeções futuras.

### 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 Anual 2018 da Lojas Renner, não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards) e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 04 de fevereiro de 2019

KPMG Assessores Ltda.  
CRC 2SP034262/O-4 F-SP



Eduardo V. Cipullo  
Contador CRC 1SP135597/O-6



KPMG Financial Risk & Actuarial Services Ltda.  
Ricardo Algis Zibas

# CRÉDITOS

## SEDE

Lojas Renner S.A.

Avenida Joaquim Porto Villanova, 401

CEP: 91410-400 – Jardim do Salso

Porto Alegre (RS) – Brasil

Tel.: +55 (51) 3272.2450

Site: [www.lojasrenner.com.br](http://www.lojasrenner.com.br)

## COORDENAÇÃO

Diretoria de Recursos Humanos – Gerência de Sustentabilidade

Diretoria Administrativa, Financeira e de RI – Gerência de Relações com Investidores

## PROJETO EDITORIAL: REDAÇÃO, CONSULTORIA GRI E RELATO INTEGRADO E TRADUÇÃO

RICCA Sustentabilidade

[www.riccari.com.br](http://www.riccari.com.br)

## PROJETO GRÁFICO: LAYOUT, DIAGRAMAÇÃO E ILUSTRAÇÕES

RICCA Sustentabilidade

[www.riccari.com.br](http://www.riccari.com.br)