

# RELATÓRIO

A N U A L • 2 0 2 1

COMPROMISSO  
EM TRANSFORMAR.

LOJAS RENNER S.A.



CMICADO

youcom

realize

repassa

# sumário

**introdução** 01

SOBRE O RELATÓRIO ..... 03

MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO ..... 04

**Lojas Renner S.A.** 02

NOSSOS NEGÓCIOS ..... 08

**geração de valor** 03

MODA RESPONSÁVEL ..... 16

DESEMPENHO ..... 20

**governança** 04

BOAS PRÁTICAS ..... 26

ADMINISTRAÇÃO ..... 28

GESTÃO DE RISCOS ..... 34

DIREITOS HUMANOS ..... 36

SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO ..... 42

**social** 05

COLABORADORES ..... 45

FORNECEDORES ..... 49

COMUNIDADES ..... 56

CLIENTES ..... 60

**ambiental** 06

COMBATE ÀS MUDANÇAS CLIMÁTICAS ..... 64

GESTÃO DE ENERGIA ..... 68

TRANSIÇÃO PARA ECONOMIA CIRCULAR ..... 69

PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS ..... 75

**ferramentas de leitura** 07

ÍNDICE GRI ..... 80

ÍNDICE SASB ..... 85

ÍNDICE TCFD ..... 86

RESUMO DE INDICADORES ESG ..... 87

MAPA DE CAPITALS ..... 94

PARECER DA AUDITORIA ..... 96

CRÉDITOS ..... 98

# sobre o relatório

3

Temos compromisso com a transparência sobre o modo como construímos o negócio, reforçando nosso propósito de sermos um ecossistema de moda e *lifestyle* responsável e sustentável.

Esta publicação busca mostrar aos nossos *stakeholders* como cuidamos dos recursos essenciais ao desenvolvimento da Companhia e buscamos tomar decisões que contribuam para a sustentabilidade.

Além da prestação de contas, ao adotarmos as melhores práticas de gestão e comunicação da sustentabilidade, para orientar a história que apresentamos aqui, estamos sempre conectados à evolução contínua de nossas práticas.

**BOA LEITURA!**

Melhores práticas globais de transparência e gestão da sustentabilidade adotadas nesta publicação:



## GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

### 12º ANO CONSECUTIVO

Acesse o Índice GRI para conhecer os indicadores e as páginas nas quais eles são reportados.



## AUDITORIA INDEPENDENTE DOS INDICADORES

### 8º ANO CONSECUTIVO

Acesse o parecer da Auditoria que atesta a solidez das informações reportadas.



## RELATO INTEGRADO (IR)

### 7º ANO CONSECUTIVO

Acesse o mapa de capitais para conhecer as páginas nas quais cada capital é abordado neste relatório.



## OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

### 7º ANO CONSECUTIVO

Acesse o mapa que apresenta nossos principais projetos que apoiam o alcance dos ODS e as páginas onde são abordados.



## SASB (SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD)

### 3º ANO CONSECUTIVO

Acesse o Índice SASB para conhecer os indicadores e as páginas onde são reportados.



## TCFD (TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES)

### 2º ANO DE REPORTE

Acesse o Índice TCFD para conhecer os indicadores e as páginas onde são reportados.

# mensagem da administração

GRI 2-22

O ano de 2021 foi marcado por muitas transformações, com investimentos relevantes em nossa estratégia para o desenvolvimento do ecossistema de moda e *lifestyle*. Do ponto de vista externo, vivenciamos ainda muitas incertezas e volatilidade, não somente pela continuidade da pandemia da Covid-19, e seus efeitos na saúde e restrições de mobilidade, mas também pelas consequências econômicas causadas por ela.

Iniciamos 2021 com aumento significativo no número de casos de Covid-19, levando à intensificação dos protocolos de distanciamento social e, consequentemente, à novas restrições de operação. Mais uma vez, agimos de forma ágil e comprometida com colaboradores, clientes e fornecedores, priorizando o bem-estar de nossos públicos. Desde meados de abril, com a retomada gradual da mobilidade, e a recuperação da carga horária de nossas lojas, observamos uma importante consistência no desempenho de vendas ao longo dos meses seguintes, com média de +20% de crescimento em relação a 2019.

Desta forma, mesmo com carga horária média reduzida, de 85%, a Receita Líquida do Varejo apresentou evolução relevante, não somente em relação a 2020, de 43,5%, como também versus 2019, de 12,8%. E tudo isso com recorde histórico de encantamento: 99,1% dos clientes muito satisfeitos ou satisfeitos, o que nos sinaliza que estamos no caminho certo para oferecer uma proposta de valor cada vez mais completa aos nossos clientes.

No entanto, mais importante do que o cenário de curto prazo, a Companhia está comprometida com seu futuro e seguiu avançando na construção do seu ecossistema, para uma oferta de produtos e serviços mais completa aos consumidores. Esta jornada foi iniciada em setembro de 2019, quando o Conselho de Administração e a Diretoria decidiram juntos as prioridades estratégicas para os próximos anos e, com isso, foi definida a estrutura do ecossistema.

Naquele momento, renovamos nossa proposta de valor, para atender ao

novo modelo de negócio e, desde então, temos trabalhado nas evoluções necessárias nas nossas práticas, trazendo novas expertises e estruturando nossos times. E 2021 foi o ano em que aceleramos ainda mais e investimos intensamente na execução deste plano, potencializando a nossa plataforma atual, para sermos o ecossistema especializado líder em moda e *lifestyle* e referência na América Latina.

Os hábitos dos consumidores têm mudado de forma cada vez mais acelerada e, para atender estas demandas, foi necessário atuar rapidamente em uma oferta mais ampla em todas as etapas da jornada do consumidor. Desta forma, as principais frentes de investimento estão relacionadas à ampliação de sortimento de produtos, categorias e serviços, assim como na geração de conteúdo proprietário e mídias, para maior engajamento, frequência e *stickiness*. Da mesma forma, o contínuo investimento na jornada *omni*, com maior abrangência de canais e plataformas integradas, trouxe maior flexibilidade

e potencialização das vendas. Adicionalmente, estamos aumentando a base de clientes da Realize CFI e ampliando a oferta de soluções financeiras que atendam às necessidades de todos os entes do nosso ecossistema. E, para que tudo isso aconteça, estamos evoluindo em alguns habilitadores importantes: logística, tecnologia, conhecimento do cliente e dados. Todas estas iniciativas têm o objetivo de alavancar o encantamento, ganhar eficiência e produtividade, reduzir o CAC (custo de aquisição de clientes), assim como aumentar o lifetime value.

Foi com estes planos em mente que, no início de maio, nos capitalizamos, através de uma oferta de ações, equivalente a cerca de R\$ 3,9 bilhões. Estes recursos nos trouxeram flexibilidade e prontidão necessárias para dar continuidade à construção do ecossistema, independentemente de qualquer cenário externo que se configure. Ao longo do ano, investiu-se em torno de R\$ 1,3 bilhão em despesas e capex, que englobam a construção de nosso novo CD *omni* em SP, de 163 mil m<sup>2</sup>,

atualmente em etapa de montagem de equipamentos e automação, que atenderá todos os nossos negócios e será fundamental para uma melhora significativa no nível de serviços, bem como a expansão de lojas, com 32 novas unidades, que alavancam a operação *online* nas novas localidades. Igualmente, abrangem as maiores despesas relativas à digitalização do negócio e a criação de times e reforço de estruturas para fazer frente às diversas iniciativas do ecossistema. Ainda, inclui a aquisição do Repassa, nosso negócio gerenciado de revenda de moda, em linha com a oferta de serviços adjacentes ao *core* e nossa estratégia de sustentabilidade. E este ciclo de investimentos mais intenso já tem apresentado importantes avanços nos pilares do ecossistema.

No canal digital, atingimos novos recordes, não obstante a base de comparação robusta, a normalização da operação *off-line*, assim como os efeitos do ataque cibernético sofrido em agosto, que levou à instabilidade de sistemas e à indisponibilidade de nossas operações digitais por alguns dias. O GMV do ano atingiu R\$ 1,6 bilhão, 49,9% superior a 2020 (242,8% versus 2019), e com ainda mais representatividade no negócio, de 13,5%. No período, a Renner foi a marca mais buscada entre os *players* de moda nacionais, assim como se manteve líder absoluta em Monthly Active Users (MAU) na mesma

comparação. Também foram feitos avanços nas outras modalidades de vendas digitais, tais como venda por afiliados e Whatsapp, que chegaram a alcançar cerca de 20% do *online*. Como consequência de nossas iniciativas, reforçamos nossa presença como marca digital, sendo *Top of Mind* - Lembrança de Marca em Varejo de Moda durante todos os trimestres do ano e fomos a marca de Moda mais lembrada na Black Friday para compra de moda e acessórios.

Na jornada *omni*, disponibilizamos o estoque das lojas físicas para compras *online*, o que aumentou de forma significativa o sortimento, e passamos a focar esforços na melhora de nível de serviço, equacionada com mais produtividade no *last mile*. Nesta frente, tivemos evolução significativa na Renner, com 45% das entregas realizadas em até D+2, enquanto, na Youcom, este indicador já alcançou o patamar de 70%. Nas lojas, avançamos ainda mais na digitalização da jornada do cliente, com a implementação do RFID nos pontos de vendas, trazendo mais agilidade nos processos e no atendimento. Também aumentamos a relevância das modalidades alternativas de *checkout*, realizadas por dispositivos móveis dos colaboradores, totens de autoatendimento ou pelo *smartphone* do cliente, que chegaram a representar, em algumas unidades, mais de 45% das vendas. Como resul-

tado de uma experiência mais flexível e completa conosco, a participação de clientes *omni* mais que dobrou em relação a 2019, alavancando o potencial de nosso ecossistema, uma vez que estes clientes apresentam frequência e gasto médio bastante superiores àqueles que compram em somente um dos canais.

---

**No que se refere à oferta de produtos, os marketplaces da Camicado e da Renner seguiram ampliando categorias e variedades e atingiram suas metas do ano, contando atualmente com 210 e 190 sellers, respectivamente. Na Renner, o sortimento do digital mais que dobrou através da oferta de parceiros e, com a entrada de Camicado e Youcom na plataforma, que estão entre os top 5 sellers, ficou ainda mais evidente a sinergia entre os negócios.**

---

Quanto aos temas relacionamento e conhecimento do cliente, também evoluímos. Em conteúdo & branding, focamos em awareness e alavancagem de fluxo, com evoluções nas iniciativas voltadas à melhora de recorrência, engajamento e rentabilização de clientes. Dentre elas, destacam-se a realização de lives semanais, bem como a intensificação da parceria com *influencers*, o que aumentou significativamente o alcance potencial. Ainda, fomos a primeira marca da América Latina a fazer uma live 3D, assim como a primeira de moda no Brasil com uma live de produtos no TikTok. Já em CRM, aumentamos a retenção e vimos nossa base de clientes ativos evoluir sequencialmente ao longo do ano, com 3,5 milhões a mais que em 2020, somando 17,7 milhões em dezembro. Adicionalmente, já percebemos sinergias relevantes entre os negócios, com clientes que compram em mais de uma marca apresentando *spending* até 7 vezes superior àqueles que consomem em apenas uma delas.

Na oferta de soluções financeiras, a Realize evoluiu fortemente na ocupação mais ampla do ecossistema. Neste sentido, avançou na oferta de produtos na Renner, assim como na captação nos demais negócios, alcançando TPV recorde. Adicionalmente, sua base de clientes ativos aumentou em 12% na comparação com o ano anterior e a receita de serviços ganhou ainda mais

relevância. Também realizou operações de financiamento para fornecedores e testou para *sellers* e, no final do ano, lançou a conta digital, para clientes de uma praça piloto.

E tudo isso sempre com muita fidelidade aos nossos pilares de sustentação, que permeiam nossa atuação: produtos e serviços, estratégia ESG, pessoas e cultura de encantamento. Nesse sentido, merecem destaque nossas iniciativas ESG (Ambiental, Social e Governança). Além das medidas de colaboração e apoio à comunidade durante a pandemia, o ano de 2021 foi de finalização dos nossos compromissos públicos de sustentabilidade, que haviam sido estabelecidos em 2018. Adicionalmente, dentre as diversas carteiras de índices relacionados ao tema das quais participamos, destaca-se o Dow Jones Sustainability Index, que tem como base o S&P Global ESG Scores, em que alcançamos a maior pontuação entre as empresas de varejo globais, além do ISE, da B3, em que ficamos em segundo lugar no *ranking* geral. Adicionalmente, inauguramos nossa loja circular, a primeira no varejo brasileiro neste conceito, feito que nos enche de orgulho.

Um ano de desafios, sem dúvidas, mas de muitas evoluções e aprendizados. Temos um caixa líquido de R\$ 2,5 bilhões e alcançamos R\$ 10,6 bilhões de Receita Líquida Total, sendo, mais uma vez, a maior em nosso segmento. A performance de vendas, aliada à otimização dos estoques integrados, bem como o uso de dados em nossos processos têm contribuído para níveis de remarcações

alinhados aos menores patamares históricos, levando à uma margem bruta em níveis bastante saudáveis, de 54,2%. Nesta frente, destacou-se também o papel de nossos escritórios na China e em Bangladesh, que trouxeram flexibilidade e segurança ao abastecimento dos produtos importados. Ainda, nosso Lucro Líquido totalizou R\$ 633 milhões e foi aprovada a distribuição de 61% como remuneração aos acionistas, o maior percentual desde 2013.

---

**E assim avançamos rumo à 2022! Ainda temos incertezas sobre os cenários econômico e de saúde, no entanto, sabemos que estamos mais preparados e muito atentos às oportunidades que se configuram. Acreditamos que marcas com significado e proposta de valor clara geram diferenciais competitivos e criam condições para ganhos de market share, principalmente em um cenário macro mais difícil e de consolidação como o que vivemos.**

---

Somos o maior *player omni* de vestuário do Brasil e continuamos comprometidos com nosso propósito, para nos consolidarmos, cada vez mais, como o ecossistema líder do segmento. Para tanto, seguiremos nos diferenciando em produto e *Lifestyle* e investindo em qualidade e moda. Ainda, continuaremos priorizando a jornada *omni*, expandindo a rede de lojas, com cerca de 40 inaugurações previstas em 2022, ao mesmo tempo em que crescemos a operação *online*. Alinhados a isso, focaremos também os investimentos em nossas plataformas logística e de tecnologia, assim como em melhor *time to market* e iniciativas na *Realize*, totalizando R\$ 1,0 bilhão em capex. Tudo isto, com muito foco, buscando maior produtividade e eficiência nas operações, para potencializar o encantamento dos clientes e gerar retorno aos nossos acionistas.

E por fim, gostaríamos de fazer um agradecimento especial aos nossos colaboradores, conselheiros e executivos, que seguiram engajados ao nosso propósito; aos fornecedores, que estiveram comprometidos com nossas operações; aos acionistas, que suportaram nossa transformação, e aos clientes e comunidade em geral, que nos reconheceram como a 12ª marca mais valiosa do País, segundo a *Interbrand*.

**Obrigado a todos!**



**José Galló**  
Presidente do Conselho de Administração



**Fabio Adegas Faccio**  
Diretor Presidente

capitais



ods

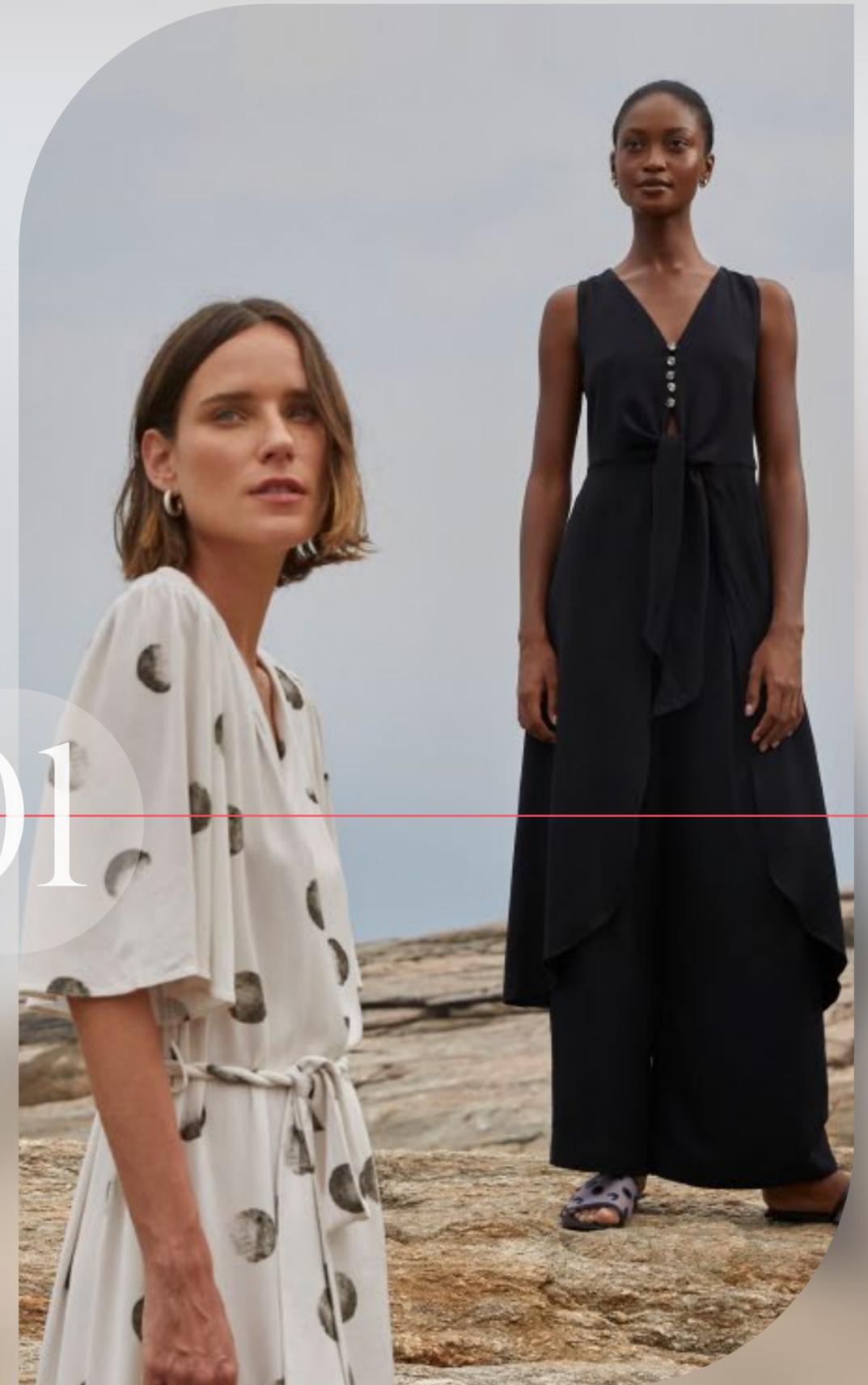


# A LOJAS RENNER S.A.

01

Somos um **ecossistema** de moda e *lifestyle*, líder no varejo de moda *omnichannel* e uma das maiores marcas do Brasil.

GRI 2-1, 2-6



# nosso negócios

Somos um ecossistema de moda e *lifestyle*, líderes no varejo de moda *omnichannel*, e uma das maiores marcas do Brasil.



**6 NEGÓCIOS RECONHECIDOS**  
Renner, Camicado, Youcom, Ashua, Realize e Repassa



**636 LOJAS**  
404 Renner, 119 Camicado, 104 Youcom, 9 Ashua



**4 CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO**  
SC e RJ automatizados



**25,7 MIL**  
colaboradores



**+20 MARCAS PRÓPRIAS**  
Renner, Camicado, Youcom e Ashua



**PARCERIAS**  
Porto Seguro, Mastercard, Visa, etc.



**34,7 MILHÕES**  
Cartões emitidos



**R\$ 4,8 BILHÕES**  
Portfólio Realize



**1,1 BILHÃO** (+28% vs. 2020)  
Visitas em nosso e-commerce



**+ DE 19 MILHÕES**  
Downloads do app Renner



**+13,5% DO GMW**  
Participação online



**210 SELLERS**  
no marketplace Camicado



**190 SELLERS**  
no marketplace Renner



Loja circular da Renner no Shopping Rio Sul, Rio de Janeiro (RJ).

## varejo de moda e lifestyle

**RENNER**

Maior varejista de moda *omni* no Brasil, com 20 marcas próprias, conta com 404 lojas físicas (392 em todos os estados do Brasil, oito lojas no Uruguai, quatro lojas na Argentina), loja *online* e outros oito canais de venda, além de *marketplace*.

**CMICADO**

Marca especializada em casa e decoração, presente em todas as regiões do Brasil, com 119 lojas, mais *e-commerce*. Além dos itens de revenda, desenvolve itens de marca própria e conta com *sellers* no seu *marketplace*.

**YOUCOM**

Marca jovem de vestuário e acessórios, oferece roupas, calçados e acessórios femininos e masculinos. Conta com 104 lojas em todas as regiões do Brasil, além de *e-commerce*.

**ASHUA**

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

**repassa**

Adquirido em 2021, o Repassa é uma plataforma *online* que revende roupas, calçados e acessórios. *Start-up* nativa digital, fundada em 2015, com sustentabilidade no centro, o Repassa amplia nossa oferta aos clientes com um serviço adjacente à nossa atuação no varejo, gerenciando a revenda de moda.

## produtos financeiros

**realize**

Nossa Instituição Financeira, apoia a fidelização e a conveniência dos nossos clientes, dando suporte à operação de varejo da Companhia com a oferta de um conjunto de serviços financeiros aos clientes, entre eles o Cartão Renner (private label) e o Meu Cartão (cartão de crédito internacional), além de linhas de crédito para fornecedores da Companhia, do Saque Rápido e de um portfólio de seguros.

# desenvolvimento do ecossistema

## ● aceleração do digital e *omnicanalidade*

Em 2021, chegamos ao 4º ano de nosso ciclo estratégico de transformação digital 2018-2025, em um contexto que impulsionou a evolução para um negócio mais digital e *omnicanal*, com novos formatos e ferramentas necessárias para seguir realizando nosso propósito de encantar, fortalecendo nosso relacionamento, ampliando os canais de venda e aprimorando as entregas.

Hoje, somos o maior *player omni* de vestuário do Brasil. Passamos de dois para dez canais de vendas Renner, criamos novas funcionalidades e serviços no nosso *app*, integramos o estoque das lojas físicas ao *e-commerce*, quintuplicando o número de itens disponíveis e acelerando as entregas, melhorando expressivamente a experiência *omni* dos nossos clientes.

Em 2021, conquistamos o 1º lugar do prêmio Campeãs da Inovação na categoria resultados - que mensura a capacidade de transformar ideias e sugestões em resultados concretos, tangíveis e mensuráveis -, o 4º lugar na categoria das mais inovadoras do Sul no *ranking* da Revista Amanhã e entre as cinco mais inovadoras do setor no *ranking* Valor Inovação.

## ● PRINCIPAIS DESTAQUES DOS AVANÇOS DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

### mais **facilidades**

#### **VENDA POR WHATSAPP**

**comunicação ativa**  
com clientes através de ferramentas específicas e parceria com influenciadores.

### mais **autonomia**

#### **VENDA MÓVEL**

feita por colaboradores utilizando dispositivos móveis.

#### **SELF CHECKOUT**

totens de autoatendimento.

#### **PAGUE DIGITAL**

finalização das compras através do *smartphone* dos clientes representando, em algumas lojas, **10% das vendas.**

### menos **rupturas**

Recordes de **encantamento.**

Ganho consistente de **participação de mercado.**

## ● novos formatos e ganhos em 2021

- Concluímos a implantação da Prateleira Infinita, com 100% do sortimento das lojas físicas disponível para compras *online*.
- Avançamos no nível de serviço, alcançando 45% das entregas realizadas em até dois dias após a compra na Renner e 70% na Youcom para entregas em São Paulo.
- Inauguramos o piloto da nossa *Guide Shop* Renner, modelo de loja guia que une o *online* e o *offline* e dá ao cliente a oportunidade de ver, tocar e experimentar as peças antes de comprá-las *online* para recebê-las em casa, possibilitando a variedade de tamanhos e cores, a comodidade do *online* e a vantagem de ver de perto o que está adquirindo e contar com assistência na hora da compra.
- A Youcom seguiu investindo na transformação digital para alcançar sua ambição em ser *digital first*, lançando o seu aplicativo, que apresentou resultados positivos no número de downloads e na retenção dos clientes. Também foi realizada a entrada em *marketplaces* terceiros e avançou-se na parceria com afiliados, tendo *influencers* como embaixadores da marca.
- Ampliamos as possibilidades de compra com o Cartão Renner, que passou também a ser aceito na Youcom.

Reflexo dessa evolução, em 2021, fomos vencedores da categoria varejo do Prêmio Empresa Mais Digital do +Digital Institute, que mede o nível de maturidade digital das empresas.



Primeira *Guide Shop* da Renner em Bento Gonçalves (RS).

## ● crescimento dos canais digitais

A aceleração da transformação digital ampliou a representatividade, a relevância de nossas vendas digitais e nossa base de clientes *omni* no último ano.

- Nosso *e-commerce* segue crescendo continuamente e já representa 13,5% do total das vendas.
- Alcançamos 1,1 bilhão de visitas em nosso *e-commerce*, sendo 65% no *app*, que foi baixado mais de 19 milhões de vezes, chegando a uma base instalada de 8,3 milhões de usuários, liderança absoluta em usuários ativos entre os *players* nacionais<sup>1</sup>.
- A venda por WhatsApp avançou na comunicação ativa com clientes, crescendo mais de dez vezes.
- Nossa base de clientes *omni* cresceu 46%.
- Nosso programa de afiliados e venda social, o Favoritos Renner (antigo Minha Sacola), cresceu mais de 12 vezes com a maior presença de *influencers*.

<sup>1</sup> Dados da plataforma de análise de dados de *apps*: App Annie.

# plataforma logística e tecnológica

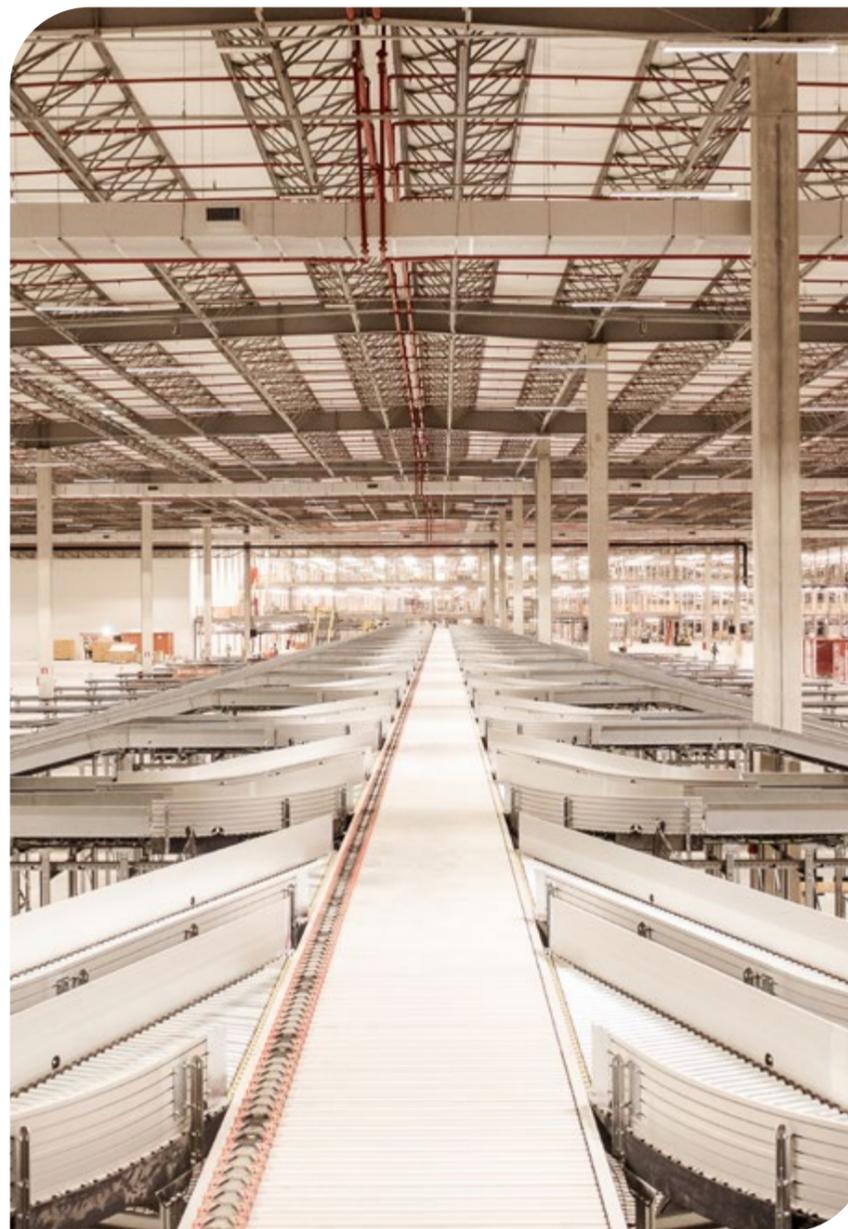
## ● modelo logístico integrado

Contamos com um fórum de governança integrada do fluxo do produto, composto pelas Diretorias de Produto, *Supply Chain* e Operações de Lojas, que aprimora o planejamento e a gestão de forma conjunta, com base em indicadores de performance, permitindo uma tomada de decisão mais ágil, fluída e precisa, para que nosso modelo logístico seja cada vez mais eficiente.

Em 2021, concluímos a construção civil do nosso Centro de Distribuição *Omni* em Cabreúva (SP), e iniciamos a montagem dos equipamentos e automação, etapa que deve ser concluída em 2022, ano previsto para início das operações, que trará ganhos de eficiência, velocidade e sinergia entre os negócios. Adicionalmente, a Youcom migrou o CD do *e-commerce* do RJ para SP e alcançou 70% dos pedidos na Grande São Paulo entregues no mesmo dia ou no dia seguinte.

Também criamos, no ano, um piloto de gestão direta do transporte *last mile* para parte da Grande São Paulo, o que nos permitiu alcançar ganhos relevantes no nível de serviço, com 90% das entregas no mesmo dia ou no dia seguinte.

Fomos reconhecidos pelo Prêmio da Indústria 2021, que colocou o nosso ecossistema de moda e *lifestyle* em destaque na categoria *Top Logística - Integração Omnicanal* e Sustentabilidade.



Novo CD Omni em Cabreúva (SP).

## ● transformação ágil

Trabalhamos a cultura de inovação de maneira transversal, em todas as áreas da Companhia, oferecendo aos nossos colaboradores a capacitação, as ferramentas e as estruturas para que a inovação esteja no dia a dia de todos, estimulando a criatividade, a agilidade e a autonomia para transmitir e compartilhar conhecimento e conquistar mais encantamento, mais eficiência e melhores experiências para todos que se relacionam com nosso ecossistema.

Em 2021, criamos o Escritório de Agilidade, que desenvolveu e dissemina o modelo operacional ágil da Companhia para garantir que a transformação ágil ocorra em escala corporativa, beneficiando os mais de 25,7 mil colaboradores. Nesse modelo, contamos com 10 tribos e 86 *squads*, focados no desenvolvimento e aceleração de iniciativas-chave do ecossistema, e já habilitamos mais de mil colaboradores no Renner Framework, oferecendo mais de 50 mil horas de treinamento.

Também aceleramos nossos processos de inovação nos conectando com o ecossistema de educação e inovação, no Brasil e no exterior, por meio de nosso Programa Circuito (saiba mais na pg. 45).

A Lojas Renner S.A. foi escolhida como o melhor case de transformação ágil de 2021 em empresas de grande porte, ganhando o 1º lugar na Premiação Mais Ágil, organizada pela Mooven Consulting.

## ● uso de dados e inteligência artificial

Nos últimos anos, uma frente relevante de inovação em diferentes áreas da Companhia tem sido o uso de dados e inteligência artificial para melhorar a tomada de decisão e o planejamento. A seguir, apresentamos os principais avanços nessa frente:

### **PEOPLE ANALYTICS**

Usamos *people analytics* na gestão de desempenho e de competências, no recrutamento e seleção e no planejamento da força de trabalho, aplicando análises avançadas de dados para aprimorar a gestão do nosso capital humano, apoiando a identificação de riscos e oportunidades para alavancar o desenvolvimento e gestão de talentos, impactando positivamente o negócio. A partir da análise de dados e da inteligência artificial, pudemos, por exemplo, inovar em nossa plataforma de desenvolvimento de carreira, trazendo recomendações personalizadas, com base nos dados do Plano de Desenvolvimento Individual de cada colaborador, oferecendo conteúdos mais relevantes na Universidade Renner e oportunidades de vagas internas que deem *match* com suas competências.

### **INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DATA ANALYTICS**

Nosso processo de alocação de itens básicos nas lojas Renner já é 100% orientado por inteligência artificial.

Também usamos *data analytics* para apoiar a seleção de produtos que serão desenvolvidos, prevendo sua aceitação pelo cliente.

### **MOTOR DE REMARCAÇÕES**

Em 2021, desenvolvemos uma ferramenta de inteligência artificial que traz sugestões sobre o momento certo para fazer remarcações e o percentual de desconto, otimizando o processo. Nossa ferramenta já opera em produtos que representam 84% das vendas na Renner e 16% na Camicado.

### **PREVISÃO DE COMPRAS**

Criamos, em 2021, um piloto de uso de inteligência artificial no processo de compra de produtos para revenda, que sugere os volumes a serem comprados de cada modelo. O piloto está olhando para produtos básicos Renner, de fabricação nacional e, também, considera dados do *forecast* de vendas.

## ● inovação para a sustentabilidade

A inovação é fundamental para nosso avanço na sustentabilidade e vice-versa. Quando idealizamos uma nova solução, pensamos sempre em como ela pode nos levar a práticas mais sustentáveis. Como resultado, diversos projetos nos levaram à maior eficiência, redução de impacto ambiental e geração de valor para a sociedade. Em 2021, os principais avanços foram:

### **LOJA CIRCULAR**

Inovamos no modelo de engenharia, arquitetura e mobiliário para criar a primeira loja circular do varejo no Brasil, que oferece uma experiência de compra *omni* em ambiente projetado com base em princípios de circularidade. Saiba mais na pg. 69.

### **MANEQUINS 3D**

Há mais de três anos, investimos na pesquisa e no estudo dos corpos brasileiros para aprimorar nossos produtos, liderando, no mercado varejista de moda, na criação de padrões de tamanhos mais aderentes à nossa realidade, em linha com nosso compromisso com a diversidade de corpos. Em 2021, avançamos nessa jornada, com o uso de tecnologia 3D para o desenvolvimento de 14 manequins físicos, projetados a partir do escaneamento de corpos reais. Saiba mais na pg. 41.

## produto

### ● serviços adjacentes ao *core*

Queremos agregar cada vez mais valor à experiência de nosso cliente, potencializando seu encantamento. Por isso, estamos desenvolvendo diversas frentes de serviços que se conectam com nossa atuação principal de varejo, levando conveniência, conexão e oportunidade aos nossos clientes.

Dentre essas soluções, há oportunidade de desenvolvimento de novos serviços de revenda, reparos, costura, utilidades, decoração e beleza. A aquisição do Repassa, em 2021, inaugurou um importante serviço nesse sentido: a revenda de vestuário, calçados e acessórios, por meio de plataforma *online*, com atuação em todo o Brasil.

### ● *marketplace* & serviços para *sellers*

Aceleramos, ao longo de 2021, nossa plataforma de *marketplace* da Camicado e iniciamos o *marketplace* de Renner, ampliando o sortimento de produtos e serviços oferecidos, e nos tornando, cada vez mais, uma plataforma *one-stop-shop*, para melhor experiência do cliente.

O *marketplace* Renner fechou 2021 com 190 *sellers* e segue ampliando as categorias e variedades de produtos complementares aos já oferecidos, com foco na curadoria do sortimento e dos parceiros, nos avanços da plataforma tecnológica e na otimização dos processos. O da Camicado encerrou 2021 com 210 *sellers* ativos, que representam cerca de 20% do volume bruto de mercadorias no *e-commerce*, teve avanços na curadoria de parceiros, com foco em categorias complementares como móveis e eletro, e implementou melhorias nas ferramentas de busca.

## soluções financeiras



Site da Realize.

A Realize avançou na sua participação no ecossistema ao longo do ano, fortalecendo nossa plataforma de soluções financeiras inovadoras e sustentáveis, que impulsionem o ecossistema de moda e *lifestyle*.

Uma das frentes mais relevantes desse avanço foi a operacionalização da Conta Digital, ainda em teste, que vai potencializar a sinergia entre os serviços financeiros e as operações de varejo, contribuindo para a ampliação da fidelização dos clientes e elevando o tíquete médio das vendas.

Também ampliamos a oferta de soluções financeiras, com novos seguros e assistências lançados, como as modalidades Pet, Bem-Estar, Saúde do Corpo e Saúde da Mente e soluções para negócios, com novas operações de antecipação de recebíveis para *sellers* e financiamento de capital de giro aos fornecedores Renner, somando mais de R\$ 100 milhões. Como resultado, os serviços oferecidos cresceram expressivamente e passaram a representar 28% da receita da Realize no ano.

capitais



ods



# GERAÇÃO DE VALOR

02

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

GRI 2-6, 2-22, 2-23, 2-24, 2-28



# moda responsável

GRI 3-1, 3-2

O ano de 2021 marca a conclusão do nosso ciclo estratégico de Moda Responsável, que foi lançado em 2016 e elencou os temas prioritários para o avanço da gestão de sustentabilidade, gerando compromissos públicos entre 2018 a 2021, para minimizar os riscos socioambientais relevantes

de nossa cadeia e a geração de valor aos nossos públicos, sociedade e meio ambiente.

Em 2021, desenhamos nossa nova estratégia de sustentabilidade, com compromissos até 2030.



Foto de coleção feita em parceria com a Insecta, onde tecidos parados foram reaproveitados.



# compromissos públicos

2018-2021



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

Saiba mais na pg. 75.

\* Considerando os produtos de vestuário.



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

Saiba mais na pg. 68.

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



**de redução das emissões absolutas\* de CO<sub>2</sub> frente ao inventário 2017.**

Saiba mais na pg. 64.

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



**100% de cadeira global de revenda\* com certificação\*\* socioambiental.**

Saiba mais na pg. 49.

\* Empresas de 1º e 2º nível que produzem para a marca Renner.

\*\* Certificações e/ou auditorias Renner acreditadas por organismo externo.

## Nova estratégia de sustentabilidade 2030

### ● Relações humanas e diversas

**Construir relações humanas e diversas, garantindo que cada indivíduo seja capaz de realizar todo o seu potencial.**

#### ENGAJAMENTO E BEM-ESTAR

Estar entre as referências nacionais em engajamento, garantindo *living wage*\* e avançando continuamente na promoção do bem-estar dos colaboradores.

#### DIVERSIDADE & INCLUSÃO

Construir uma cultura de diversidade, equidade e inclusão de grupos minorizados\*\*, alcançando, pelo menos:

- 50% dos cargos de liderança ocupados por pessoas negras;
- 55% dos cargos de alta liderança ocupados por mulheres.

Oferecer um portfólio de produtos e serviços diversos e inclusivos, considerando o potencial de contribuição de cada um dos negócios.

\* Remuneração recebida por um trabalhador em um determinado local, suficiente para proporcionar um padrão de vida decente para o trabalhador e seus dependentes.

\*\* Racial, LGBTQIAP+, PCDs e mulheres.

### ● Soluções climáticas, circulares e regenerativas

**Avançar na construção de um negócio circular, regenerativo e de baixo carbono, estimulando e possibilitando que nossos clientes façam escolhas conscientes.**

#### CLIMA E ÁGUA

Acelerar a transição para economia de baixo carbono, alcançando metas de redução baseadas na ciência (SBTi) e a neutralidade climática até 2050.

Reduzir o consumo de água da operação e fornecedores estratégicos, zerando o descarte de produtos químicos com substâncias restritas na produção de têxteis e calçados.

#### CIRCULARIDADE E REGENERAÇÃO

Incorporar princípios de circularidade no desenvolvimento de produtos, serviços e modelos de negócio.

Investir no desenvolvimento de matérias-primas têxteis circulares e regenerativas, garantido 100% das principais matérias-primas mais sustentáveis.

Eliminar as embalagens plásticas das lojas físicas e do *e-commerce* que não podem ser reutilizadas ou recicladas por nossos clientes; e buscar soluções para reduzir a geração e promover a circularidade dos principais resíduos da operação e dos fornecedores estratégicos.

### ● Conexões que amplificam

**Amplificar o impacto de nossas conexões, construindo com nossos fornecedores e parceiros as respostas para o desafios do setor.**

#### CADEIA DE VALOR

Certificar a cadeia de fornecedores através de critérios socioambientais e concentrar as compras em fornecedores com alta gestão e performance.

Fomentar a adoção do *living wage*\* pelos fornecedores estratégicos.

Alcançar 100% de rastreabilidade dos produtos de algodão e avançar na rastreabilidade das demais matérias primas têxteis.

Monitorar e promover a inclusão e o desenvolvimento socioambiental dos *sellers*.

# colaboração

GRI 2-28

**Participamos ativamente de organizações para o desenvolvimento do setor e para a promoção da sustentabilidade nos negócios, de maneira a ampliar o aprendizado e compartilhar nosso conhecimento a favor do desenvolvimento sustentável:**

## SETORIAIS

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

## TEMÁTICOS (SUSTENTABILIDADE)

- Signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU).
- Associados ao Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS).
- Membros do Green Building Council Brasil, que orienta práticas de construção sustentáveis.
- Associados ao Instituto Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPACTO).
- Afiliados ao Social & Labor Convergence (SLCP) da SAC (Sustainable Apparel Coalition).
- Apoiadores do Programa Na Mão Certa, da Childhood Brasil, que combate o abuso e exploração sexual de crianças e adolescentes
- Signatários do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+.
- Associação à Aliança LGBTI+.
- Signatários dos Princípios de Empoderamento das Mulheres, da ONU Mulheres.
- Signatários do MOVER (Movimento pela Equidade Racial).

- Adesão à Coalizão Empresarial Pelo Fim da Violência Contra Mulheres e Meninas.
- Parceiros do Instituto identidades do Brasil ID\_BR.
- Aderentes à iniciativa Woman on Board (WOB).
- Associados ao Instituto Ethos.
- Mobilizadores do Fórum Empresas com Refugiados.
- Apoiadores e membros do comitê gestor do Compromisso com o Clima, que une empresas que desejam apoiar projetos socioambientais e fomentar uma economia de baixo carbono ao compensar, juntas, suas emissões de gases de efeito estufa (GEE).
- Signatários da campanha Business Ambition for 1.5° C (Ambição dos Negócios para 1,5° C), da ONU, que convida empresas a estabelecerem metas baseadas em dados científicos de redução das emissões em montante suficiente para contribuir com a limitação do aumento da temperatura global a 1,5° C acima dos níveis pré-industriais.

## reconhecimentos ESG

Como empresa de capital aberto, somos continuamente avaliados por índices das principais bolsas de valores e agências de *rating*, que analisam nossos compromissos, políticas, estrutura e práticas de gestão socioambiental e de governança (ESG na sigla em inglês).

Nos últimos anos, temos sido reconhecidos por esses indutores do mercado de capitais como referência no setor de varejo do mundo, como uma das empresas com melhores práticas de sustentabilidade:

**Em 2021, além de sermos uma das nove companhias brasileiras no índice mais importante de sustentabilidade do mundo, o DJSI, fomos posicionados como a empresa líder no varejo global, com melhor nota na avaliação de cerca de 200 questões ESG (Resultado divulgado em 12 de novembro de 2021).**

### ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE) B3

8º ano consecutivo e a 2ª melhor colocada no índice em 2021.

### DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX (DJSI)

7º ano de listagem e 1º lugar do setor no mundo.

### SUSTAINALYTICS

Categorizada como baixo risco e posicionada como a 2ª melhor varejista de moda do mundo no *ranking* de risco ESG.

### REFINITIV

2ª melhor do setor em ESG no Refinitiv ESG scores, com *rating* ESG A e pontuação máxima em responsabilidade pelo produto.

### ÍNDICE DE TRANSPARÊNCIA DA MODA BRASIL (ITMB) 2021

Renner e Youcom com a 3ª maior pontuação entre as 50 varejistas brasileiras avaliadas.

### ÍNDICE CARBONO EFICIENTE (ICO<sub>2</sub>) B3

11º ano consecutivo, presente desde a criação do índice.

### MORGAN STANLEY CAPITAL INTERNATIONAL (MSCI)

3º ano consecutivo com *rating* A, 1º lugar do setor na categoria *Supply Chain Labor Standards*, uma das 25 empresas brasileiras apontadas como líderes no MSCI Brazil ESG leaders index, e a única varejista apontada entre as *top 10* brasileiras como melhor desempenho no MSCI ESG *ratings*.

Com um sólido compromisso com a sustentabilidade, mantido há muitos anos, somos a empresa mais reconhecida pelos *ratings* e índices ESG de todos os segmentos do varejo brasileiro.

Também estamos entre as empresas do varejo global com melhor desempenho nos índices e *ratings* ESG.

### CDP CLIMATE CHANGE

11º ano consecutivo submetendo informações ao CDP Climate Change, com avanço da nota de B para A-, a melhor nota de todo o varejo brasileiro e compondo a carteira do Índice CDP Brasil - Resiliência Climática (ICDPR-70).

### SUSTAINABLE COTTON RANKING

Listada na categoria "Bem no caminho" do *ranking* do World Wildlife Fund (WWF).

### PLATFORM LIVING WAGE FINANCIALS (PLWF)

Avanço na classificação de "em desenvolvimento" para "em amadurecimento", posicionando-se entre as 14 empresas mais bem colocadas do setor.

### FTSE4GOOD

7º ano consecutivo.

### RANKING ESG NO BRASIL

Em 2021, fomos listados em 1º lugar no *ranking* ESG no Brasil do Bank of America, com base na pontuação do MSCI, Refinitiv e Sustainalytics.

# desempenho

## valor gerado

GRI 2-1, 201-1

### capitais usados

#### HUMANO

- 25,7 mil colaboradores

#### INTELLECTUAL

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

#### MANUFATURADO

- 636 lojas
- 4 Centros de Distribuição (CDs)
- Escritórios no Brasil, China e Bangladesh
- *E-commerce*

#### SOCIAL E DE RELACIONAMENTO

- 533 fornecedores e 974 subcontratados que fabricam os produtos que revendemos
- 2.041 fornecedores de outros produtos e serviços
- Instituições de saúde, comunidades e projetos apoiados pelo Instituto Lojas Renner



#### FINANCEIRO

- R\$ 14,4 bilhões de receita bruta
- 988.779.779 ações com valor de mercado de R\$ 24 bilhões
- R\$ 1,0 bilhão de investimento (CAPEX)

#### NATURAL

- 661,7 mil GJ de energia consumida (0,6 GJ/m<sup>2</sup> de área de venda), 100% de fontes renováveis
- 128,8 mil m<sup>3</sup> de água consumida na operação
- 16,9 toneladas de algodão, 4,5 t. de poliéster, 5,4 t. de viscose, 2,9 t. de poliamida

## valor gerado

#### HUMANO

- R\$ 1,6 bilhão em remuneração e benefícios
- 89% de engajamento
- R\$ 217,3 milhões distribuídos aos colaboradores como Programa de Participação nos Resultados (PPR)

#### FINANCEIRO

- R\$ 387,9 milhões em juros sobre o capital próprio distribuídos aos acionistas
- +2.887,5% de valorização das ações acumulada desde 2005

#### INTELLECTUAL

- Experiência *omnichannel* e novos canais de venda e atendimento
- 81,3% dos produtos de vestuário vendidos na Renner com Selo Re Moda Responsável (atributos de sustentabilidade)

#### MANUFATURADO

- 30 novas lojas.
- Loja projetada com atributos de economia circular.
- Novo CD em construção até 2022.

#### SOCIAL E DE RELACIONAMENTO

- R\$ 7,0 milhões investidos pelo Instituto Lojas Renner beneficiaram mais de 46 mil pessoas diretamente, além do valor imensurável das doações e EPIs para os hospitais durante o combate à pandemia
- 99,1% de clientes satisfeitos e muito satisfeitos
- R\$ 6,5 bilhões em negócios contratados junto aos fornecedores
- 17,3 pontos percentuais de melhoria no índice de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF) desde 2016
- R\$ 2,4 bilhões em impostos e taxas a serem revertidos pelos governos para o desenvolvimento do país

#### NATURAL

- Negócio carbono neutro: 100% das emissões dos gases de efeito estufa neutralizadas desde 2016
- Redução de 36,0% na intensidade de emissões desde 2018
- 99,15% dos produtos de algodão e 93,1% dos produtos de viscose com certificação

# resultados da operação

Conheça abaixo os painéis de principais indicadores de desempenho operacional e financeiro.  
Para saber mais sobre os nossos resultados, acesse o Relatório da Administração: <https://bit.ly/3JBmAcX>

Informações Consolidadas (R\$ MM)	2021	2020	Var.
<b>Receita Líquida de Varejo<sup>1</sup></b>	<b>9.555,5</b>	<b>6.660,6</b>	<b>43,5%</b>
Crescimento de Vendas em Mesmas Lojas	40,1%	-23,9%	-
<b>GMV Digital</b>	<b>1.625,2</b>	<b>1.084,0</b>	<b>49,9%</b>
Penetração das Vendas Digitais	13,5%	12,4%	-
Lucro Bruto da Operação de Varejo	5.178,8	3.459,3	49,7%
<b>Margem Bruta da Operação de Varejo</b>	<b>54,2%</b>	<b>51,9%</b>	<b>2,3p.p.</b>
Despesas Operacionais (VG&A) <sup>2</sup> (Pós IFRS 16)	(3.529,8)	(2.608,9)	35,3%
% VG&A s/ Receita Líq. de Varejo	36,9%	39,2%	-2,3p.p.
EBITDA da Operação de Varejo Ajustado (Pós IFRS 16) <sup>3</sup>	1.475,8	1.578,3	-6,5%
Margem EBITDA da Operação de Varejo Ajustada (Pós IFRS 16) <sup>3</sup>	15,4%	23,7%	-8,3p.p.
Resultado de Serviços Financeiros	247,6	83,0	198,3%
<b>EBITDA Total Ajustado (Pós IFRS 16)<sup>3</sup></b>	<b>1.723,3</b>	<b>1.661,2</b>	<b>3,7%</b>
Margem EBITDA Total Ajustada (Pós IFRS 16) <sup>3</sup>	18,0%	24,9%	-6,9p.p.
<b>EBITDA Total Ajustado (Pós IFRS 16)<sup>3</sup> (ex PIS/COFINS)</b>	<b>1.723,3</b>	<b>925,8</b>	<b>86,1%</b>
Margem EBITDA Total Ajustada (Pós IFRS 16) <sup>3</sup> (ex PIS/COFINS)	18,0%	13,9%	4,1p.p.
EBITDA Total Ajustado (Pré IFRS 16) <sup>4</sup>	1.108,4	1.190,4	-6,9%
Margem EBITDA Total Ajustada (Pré IFRS 16) <sup>4</sup>	11,6%	17,9%	-6,3p.p.
<b>Lucro Líquido</b>	<b>633,1</b>	<b>1.096,3</b>	<b>-42,2%</b>
Margem Líquida	6,6%	16,5%	-9,9p.p.
Lucro por ação	0,64	1,38	-
ROI CLTM	6,7%	15,9%	-9,2p.p.

<sup>1</sup> Em 2021, a Operação de Varejo inclui a venda de mercadorias, bem como operações de serviços (comissões e custos dos marketplaces e Repassa)

<sup>2</sup> Na tabela acima, para melhor análise, as despesas com Depreciação e Amortização foram excluídas, inclusive a Depreciação de Arrendamento.

<sup>3</sup> EBITDA Total Ajustado, sem a despesa da depreciação e despesa financeira dos arrendamentos, relativas ao IFRS 16.

<sup>4</sup> EBITDA Total Ajustado, com a despesa da depreciação e despesa financeira dos arrendamentos, relativas ao IFRS 16.

Nota: Em maio de 2020, a Companhia obteve êxito em ação judicial relativa à exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da COFINS. Assim, foi reconhecido, crédito tributário de R\$ 784,6 MM (R\$ 735,4 MM líquido dos honorários advocatícios) em Outros Resultados Operacionais, referente ao principal, assim como R\$ 578,4 MM (R\$ 551,4 milhões, líquido de impostos), referentes aos juros sobre este montante e contabilizados no Resultado Financeiro. O valor total foi de R\$ 1.363,0 MM, com efeito líquido de R\$ 1.036,9 MM no lucro de 2020.

## contexto

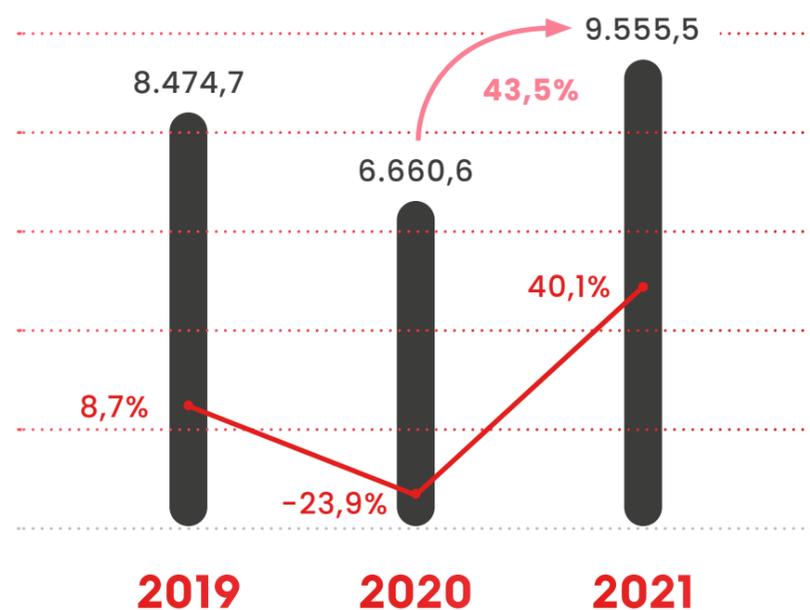
### ● cenário econômico

O ano de 2021 foi mais um marcado pelos efeitos da Covid-19, que impactou a economia não só do Brasil, mas de todo o mundo. No início do ano, com a segunda onda da pandemia, as novas restrições impostas pelo isolamento social trouxeram efeitos importantes na atividade de diversos segmentos, assim como na renda das famílias. Em seguida, na medida em que a situação da pandemia evoluiu e as restrições foram sendo flexibilizadas, os setores da economia foram se recuperando em diferentes níveis. Este movimento ocorreu em diversos países e isto gerou o desequilíbrio de cadeias produtivas globalmente, bem como rupturas logísticas. No Brasil, estes fatores, aliados à crise energética, alta das commodities e câmbio desvalorizado, implicaram em aumento relevante de inflação no país, seguido por maiores juros e efeitos na agenda fiscal.

No varejo de vestuário, não foi diferente. Por um lado, o fluxo nos shoppings foi gradualmente evoluindo e, com isso, as vendas do segmento melhoraram sequencialmente a partir de abril, inclusive ultrapassando os patamares de 2019 em alguns meses, conforme dados do PMC – Pesquisa Mensal do Comércio, divulgada pelo IBGE. Por outro, os desafios foram maiores quanto aos custos de operação, em função principalmente dos efeitos inflacionários e da desvalorização do Real.

### ● resultados

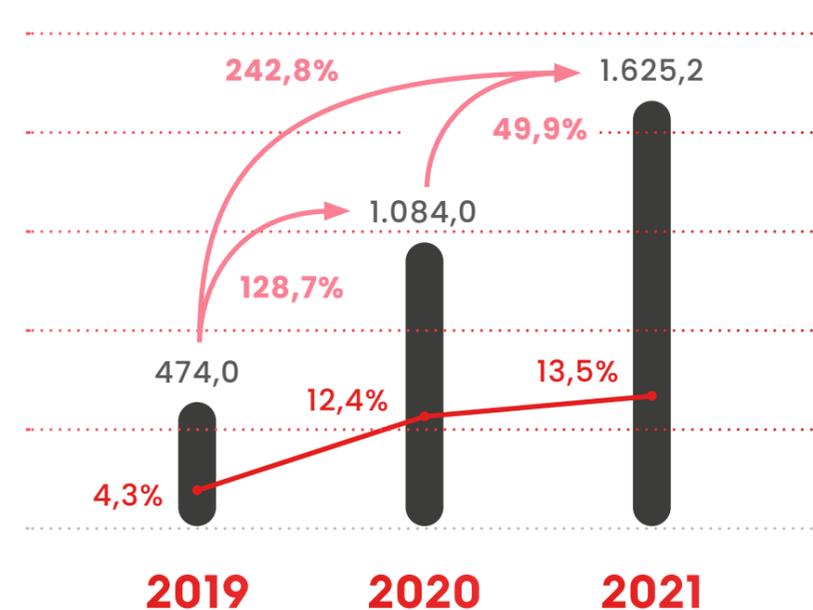
**Receita líquida** de varejo com média mensal de +20% de crescimento desde abril, em relação a 2019 e ganho consistente de *share*, com vendas 24 p.p. acima do mercado em 2021.



#### ● Legenda

- RECEITA LÍQUIDA DO VAREJO – R\$ MM
- VENDAS EM MESMAS LOJAS (%)

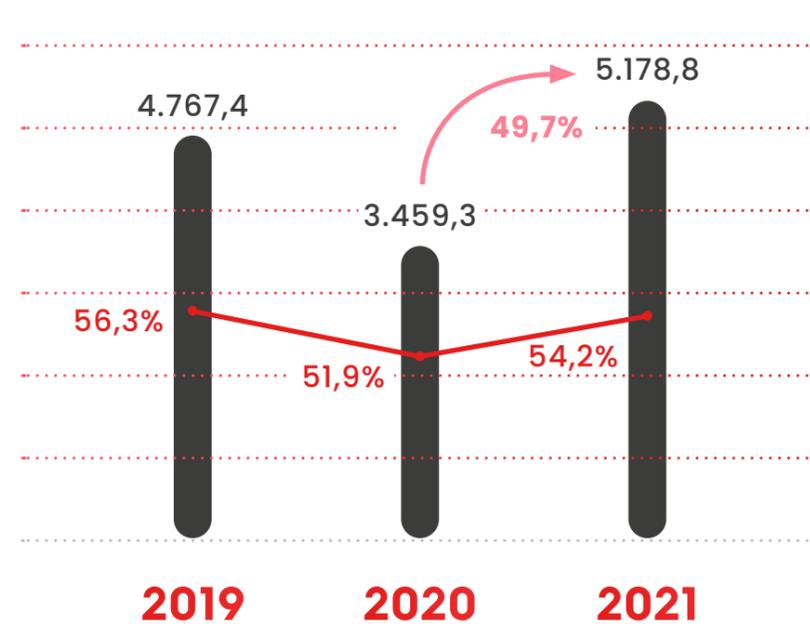
**GMV digital** com crescimento robusto, sobre base recorde e com ainda mais representatividade no negócio.



#### ● Legenda

- GMV DIGITAL – R\$ MM
- PENETRAÇÃO (%)

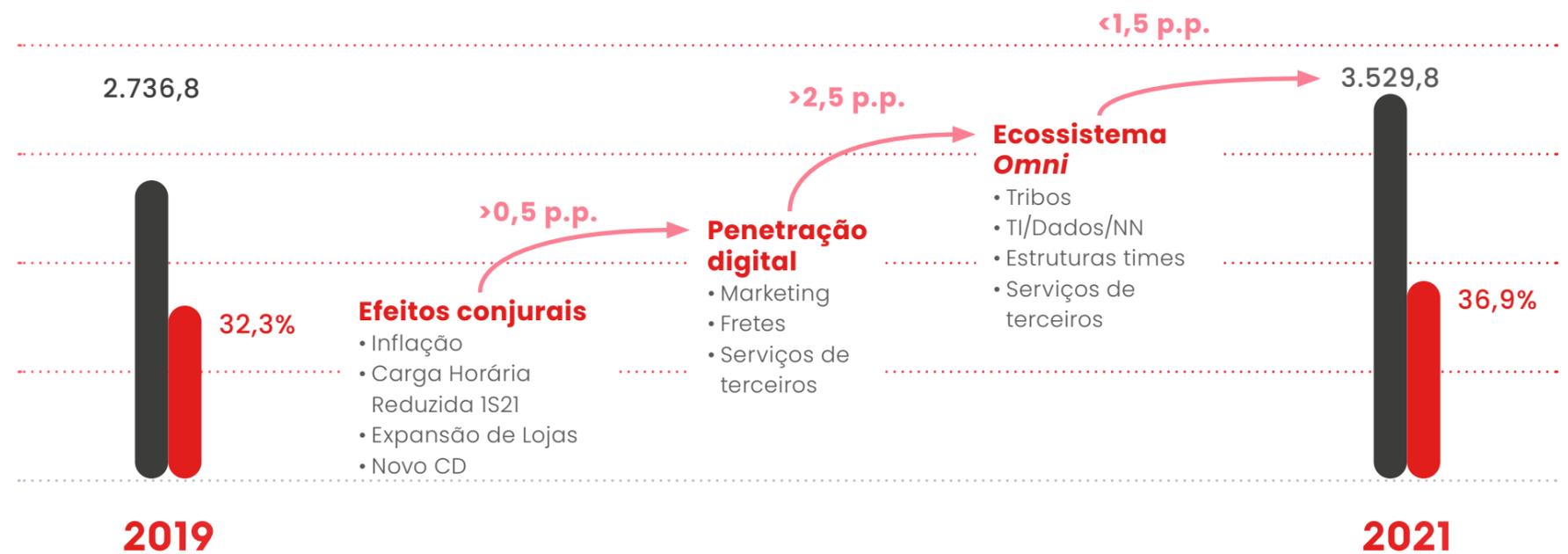
**Margem bruta** saudável, superior ao esperado para o ano, e tendência segue em 2022, em níveis próximos a 2019.



• **Legenda**

- LUCRO BRUTO DO VAREJO – R\$ MM
- ➔ MARGEM BRUTA (%)

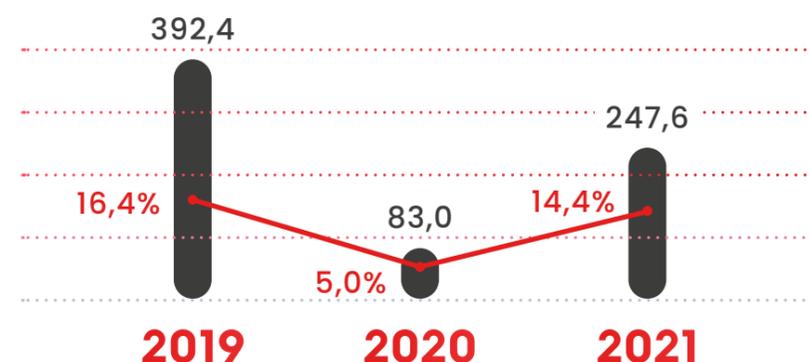
**Despesas Operacionais** com melhora sequencial, ainda que com os efeitos conjunturais, a maior penetração do *online* e investimentos relevantes em despesas operacionais para as iniciativas do ecossistema, balanceadas com iniciativas que trouxeram ganho de eficiência, com redução do Custo de Aquisição de Clientes (CAC) e do custo por remessa.



• **Legenda**

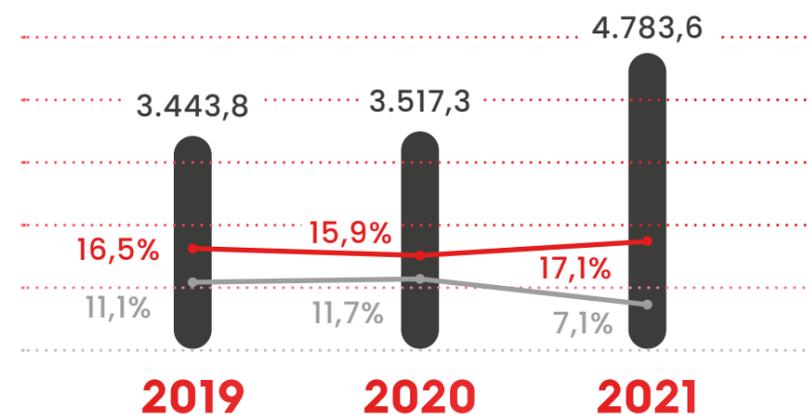
- DESPESAS OPERACIONAIS – R\$ MM
- DESPESAS OPERACIONAIS/RECEITA LÍQUIDA

**Carteira de Crédito** com crescimento robusto de 36,0% frente a 2020, com consistência na qualidade de crédito e inadimplência alinhada aos níveis históricos, e resultado de serviços financeiros 198,3% maior que no ano anterior.



• **Legenda**

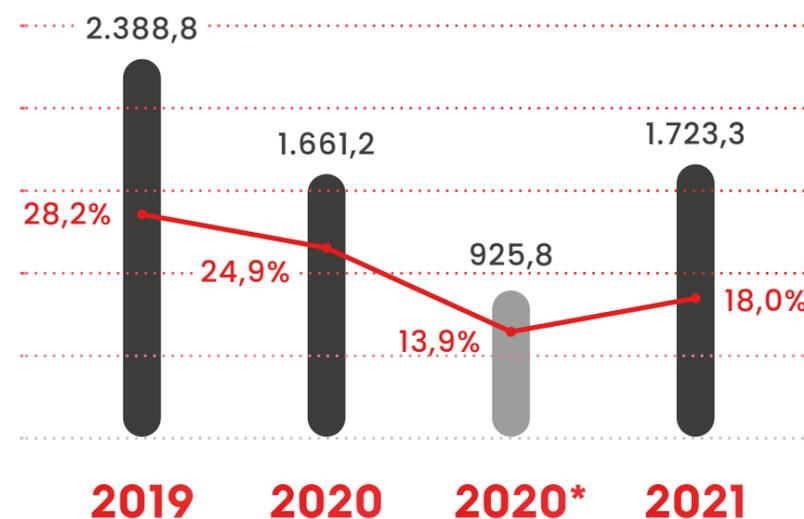
- EBITDA PRODUTOS FINANCEIROS (R\$ MILHÕES)
- ➔ PF/EBITDA TOTAL



• **Legenda**

- CARTEIRA TOTAL (R\$ MILHÕES)
- ➔ % VENCIDOS
- ➔ % PERDAS LÍQUIDAS

**EBITDA Ajustado** Total do ano 1,9 vezes superior ao de 2020, em bases comparáveis (excluindo crédito fiscal).



• **Legenda**

- EBITDA TOTAL (PÓS IFRS 16 EM R\$ MILHÕES)
- ➔ MARGEM EBITDA (%)

\* Exclui crédito tributário de R\$ 735,4 milhões, líquidos dos honorários advocatícios, relativo ao êxito em ação judicial referente à exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da COFINS.

• **gestão tributária**

Adotamos práticas de planejamento tributário, sempre levando em conta o que prevê a legislação ou a jurisprudência recente. As práticas devem ser aprovadas pelo nosso Comitê Tributário e, para grandes montantes, também pelo Comitê de Auditoria. Todas as decisões sobre práticas tributárias também devem ser amparadas por, pelo menos, dois pareceres externos. O Comitê tributário é composto pelo Diretor Administrativo Financeiro e de RI, Diretor de Controladoria, Gerente Geral Jurídico, Gerente Geral de Gestão Tributária e Gerente Sênior Contábil da Companhia e se reúne ordinariamente mensalmente.

Entre 2020 e 2021, houve uma redução da carga tributária, em função dos aumentos do pagamento de Juros sobre o Capital Próprio deliberado durante o ano (limite aumentou em função da emissão de ações realizada em maio), e não tributação de juros Selic recebidos decorrente de processos judiciais.

capitais



ods

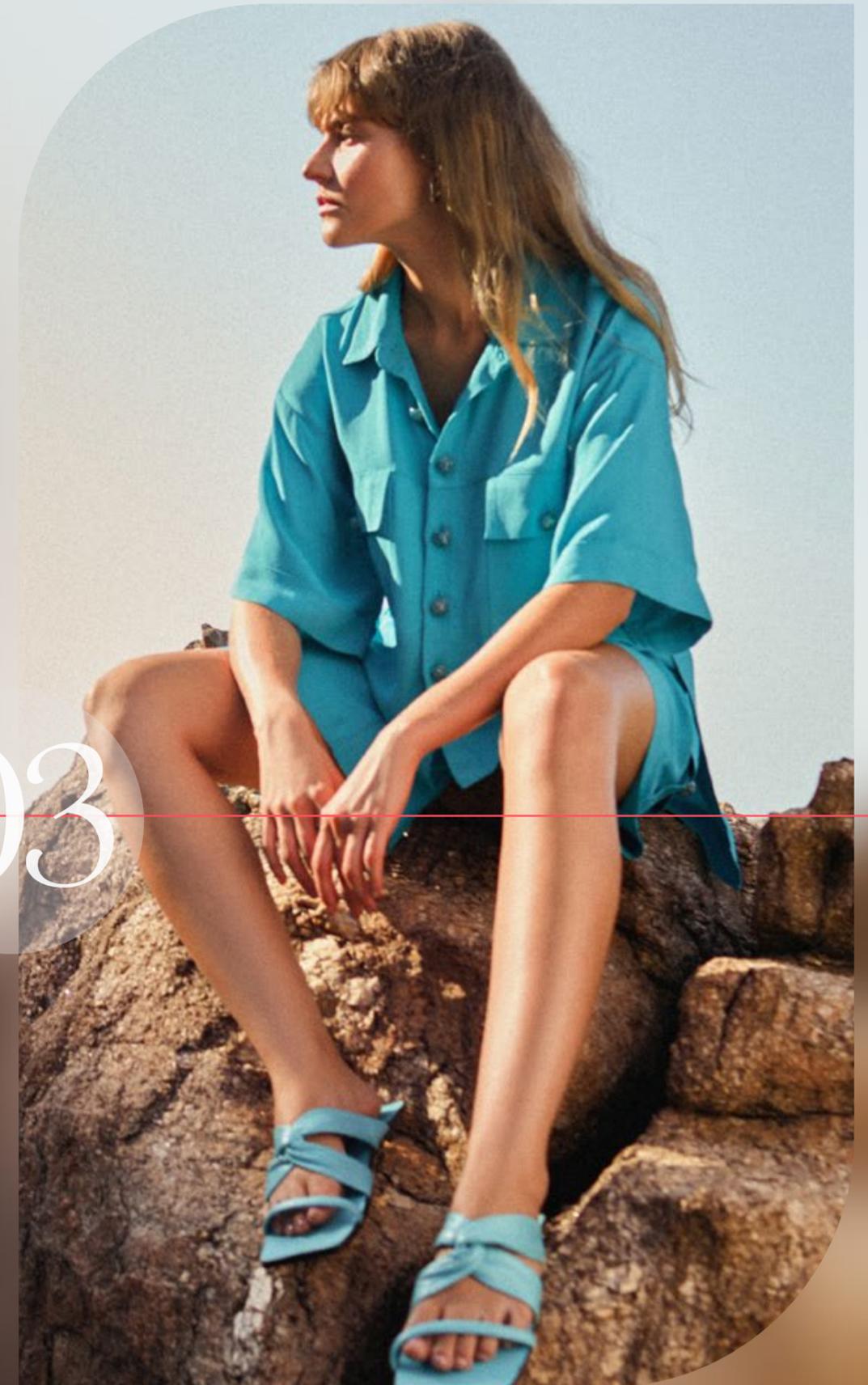


# GOVERNANÇA

03

Com 53 anos de experiência no mercado de capitais, após abrir capital com apenas dois anos de fundação, em 1967, somos **pioneiros na adoção das melhores práticas de governança corporativa.**

GRI 2-1, 2-9, 2-11, 2-17, 2-18, 2-19, 2-20, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 3-3, 308-2, 412-1, 414-2, SASB CG-AA-440a.1



# boas práticas

26

Nosso modelo de governança é uma das fortalezas das políticas de ESG, o que se reflete em nossa presença e evolução nos principais índices do mercado, como o **Dow Jones Sustainability Index (DJSI)** e **Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3)**.

Em 2021, fomos a 1ª colocada na categoria varejo de moda do prêmio Merco Empresas Mais Responsáveis e com Melhor Governança Corporativa e a 2ª na categoria Governança Corporativa do prêmio Estadão Empresas Mais.

## ● 1ª corporação do Brasil

Desde que nos tornamos a primeira corporação do Brasil, em 2005, com 100% das ações negociadas em bolsa e sem a presença de acionista ou grupo controlador, aderimos ao Novo Mercado, segmento da B3 com maior nível de exigência de boas práticas de governança corporativa. Nestes 16 anos:

- evoluímos de 800 para 156 mil acionistas, sendo 153 mil pessoas físicas.
- crescemos 2.585% em valor de mercado, de R\$ 90 milhões para R\$ 24 bilhões.

## ● engajamento dos acionistas

Em 2006, fomos a primeira empresa brasileira a disponibilizar o Manual de Assembleia para participação dos acionistas, que atualmente é obrigatório através da proposta da administração, detalhando a pauta das assembleias e apoiando o engajamento do acionista e sua votação consciente.

Em 2021, tivemos uma grande demonstração de confiança de nossos investidores, com uma capitalização de oferta pública de 102 milhões de ações, que levantou aproximadamente R\$ 4,0 bilhões, e nos permitiu maior flexibilidade e prontidão para a captura de todas as oportunidades associadas à continuidade da construção do nosso ecossistema, de forma orgânica e inorgânica. Esse movimento também nos permitiu investir na aceleração da transformação digital, na continuidade das obras do nosso novo CD *omni* e na expansão física de lojas.

## ● 1ª e mais aderente ao Código Brasileiro de Governança Corporativa

Em 2018, fomos a primeira empresa a entregar o Informe sobre o Código Brasileiro de Governança Corporativa à Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e a Companhia mais aderente ao documento. Mantivemos esta posição e, desde 2019, temos 98,1% de aderência às práticas recomendadas pelo Informe, enquanto a média de aderência das empresas em 2021 foi de 58,7%.

Como reflexo, em 2021, figuramos em 1º lugar do varejo com nota máxima (100%) no *ranking* do J.P. Morgan, baseado no Informe do Código Brasileiro de Governança Corporativa entregue à CVM, com 44 questões nos pilares Acionistas, Conselho de Administração, Diretoria, Órgãos de Fiscalização e Controle, e Ética e Conflito de Interesses.

## ● melhores práticas adotadas

Adotamos as melhores práticas de mercado e contamos com um conjunto de políticas e regimentos que garantem que nossa estratégia seja executada com responsabilidade e sustentabilidade, com o compromisso de gerar valor para os acionistas. Dentre as melhores práticas adotadas, podemos destacar:

- Novo Mercado da B3 – Brasil, Bolsa, Balcão.
- 100% de *free float*.
- 88% de membros independentes no Conselho de Administração (CA) – 7 de 8.
- 25% de mulheres no CA – 2 de 8.
- 7,2 anos de média de mandato dos membros do CA.
- 33% de mulheres no Conselho Fiscal (CF) – 1 de 3.
- 50% de mulheres na Diretoria Estatutária – 2 de 4\*.
- Executivos diferentes ocupando as posições de Presidente do CA e Diretor-Presidente.
- Conselho Fiscal permanente.
- Comitês do Conselho de Administração e de Gestão.
- Manual para Participação em Assembleias e convocação, no mínimo, 30 dias antes.
- Plano de Opção de Compra de Ações e de Ações Restritas.
- Regimento Interno para Conselhos, Diretoria e Comitês.
- Mecanismos de avaliação formal do CA (incluindo a Presidência do órgão), dos Comitês e da Diretoria.
- Secretários para Conselhos, Diretoria e Comitês.
- Portal de Governança (CA, CF e Comitês).
- Existência de Auditoria Interna e *Compliance*.
- Canal de denúncias terceirizado e independente.
- Diversas Políticas Corporativas.
- Área de Governança Corporativa – *Governance Officer*.
- Diretoria com remuneração atrelada a metas ESG.

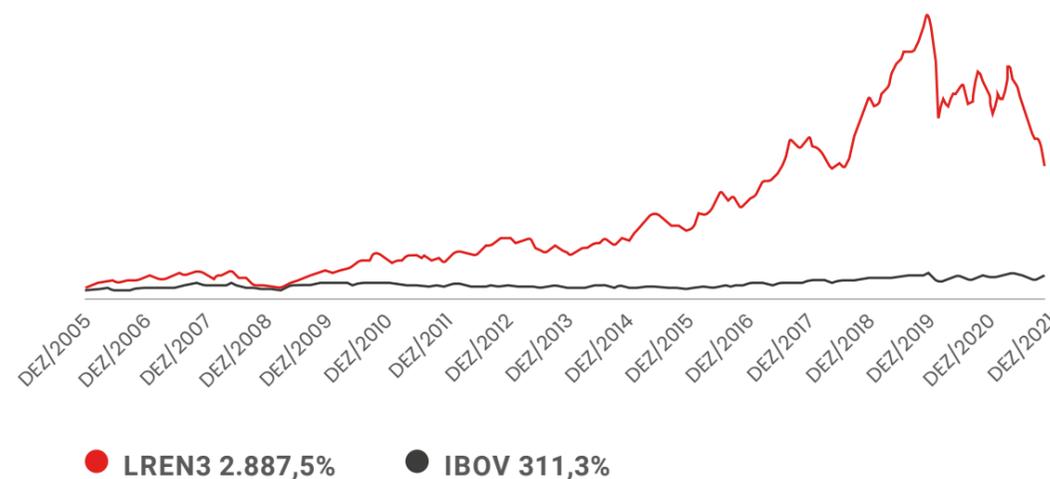
\* Com o Presidente ocupando interinamente, em novembro, o cargo de CFO e DRI, passamos a ter quatro executivos na Diretoria, elevando o percentual que costumava ser de 40%.

## ● desempenho das ações

GRI 2-1, 201-1

Nossas ações LREN3, negociadas na B3, fecharam o ano cotadas a R\$ 24,44, somando R\$ 24 bilhões de valor de mercado. Ao todo, foram 7,6 milhões de negócios no ano, 2,4 bilhões de ativos movimentados e R\$ 367,8 milhões de volume médio diário negociado.

Em 2021, distribuimos R\$ 387,9 milhões aos acionistas como Juros sobre Capital Próprio, com 1,8% de *dividend yield* (com base no preço da ação em 30/12/2021) e 61,3% de *payout*. Desde 2005, as ações acumulam valorização de 2.887,5%.



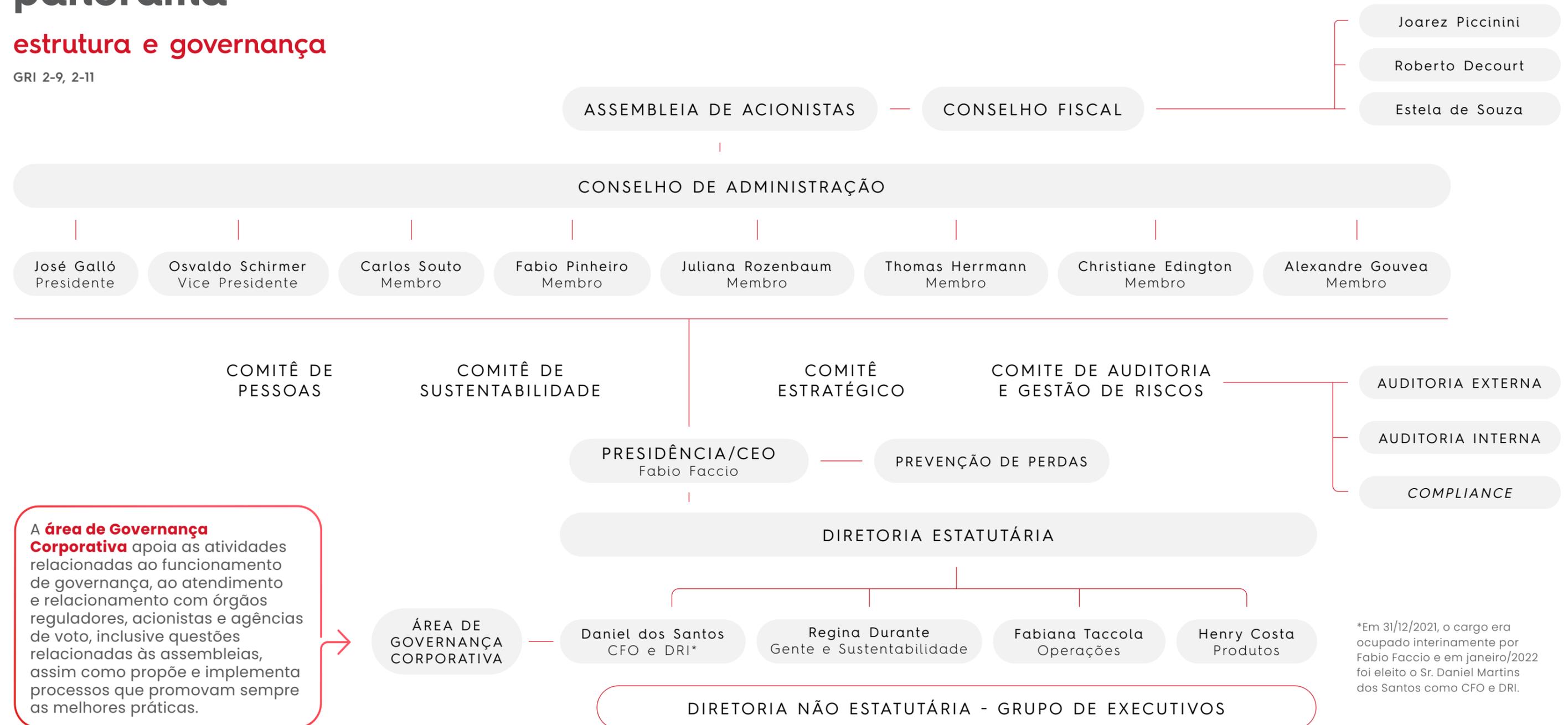
Também negociamos *American Depositary Receipt* (ADRs), sob o código **LRENY**, no mercado balcão norte americano OTC US, com **11,6 milhões de recibos** ao final de 2021.

# administração

## panorama

### estrutura e governança

GRI 2-9, 2-11



# Órgãos da estrutura de governança

Os papéis e responsabilidades de cada órgão da estrutura de governança são definidos no Estatuto Social da Companhia e orientados pelos respectivos Regimentos Internos. Outras políticas e normas também disciplinam a atuação dos conselheiros e diretores, que são avaliados anualmente. Saiba mais sobre o Estatuto, Regimentos e Políticas consultando os documentos, em nosso *site* de RI: <https://bit.ly/3664lbz>

## ● assembleia geral de acionistas

A Assembleia Geral de Acionistas é o órgão social da Companhia, composto por todos os seus acionistas. Em 2021, realizamos duas assembleias, exclusivamente virtuais, visando a preservação da saúde dos presentes diante da pandemia, em que observamos o comprometimento dos acionistas com o negócio e com as novas formas de participação.

A Assembleia Geral Ordinária contou com a participação de 774 acionistas, representando 64,3% do Capital Social da Companhia. Entre as pautas da AGO, estavam a aprovação das contas de 2020, a distribuição de dividendos, a eleição dos membros do Conselho de Administração e Fiscal e a remuneração dos Administradores. Todas as matérias foram aprovadas.

Já a Assembleia Geral Extraordinária contou com a participação de 915 acionistas, representando 67,75% do Capital Social da Companhia. Dentre as pautas aprovadas estão:

- Aumento do Capital Social no valor de R\$ 1,230 bilhão, através da incorporação de parte de Reservas de Capital e de Lucros, com bonificação de ações aos acionistas na proporção de uma nova ação para cada 10 ações existentes.
- Aumento do capital social autorizado, na mesma proporção da bonificação de ações (10%).
- Alterações e consolidação do Estatuto Social, com destaque para a ampliação do objeto social da Companhia, a fim de refletir as novas frentes de negócio

atualmente em desenvolvimento e que se encontram no contexto do ecossistema de moda e *lifestyle* da Lojas Renner S.A., e a otimização da distribuição de competências entre Diretoria e Conselho de Administração.

A proposta para um novo plano de incentivo de longo prazo, com ações de performance, restritas e *matching*, não foi aprovada pelos acionistas. Dessa forma, continuam vigentes os dois planos atuais da Companhia: Plano de Opção de Compra de Ações e Plano de Ações Restritas.

## ● conselho de administração

Nosso Conselho de Administração é formado por oito membros, eleitos individualmente, em Assembleia Geral, com mandato de um ano e reeleição permitida, com formações específicas para assegurar uma visão diversificada e abrangente das externalidades, riscos e oportunidades que podem impactar nosso modelo de negócio.

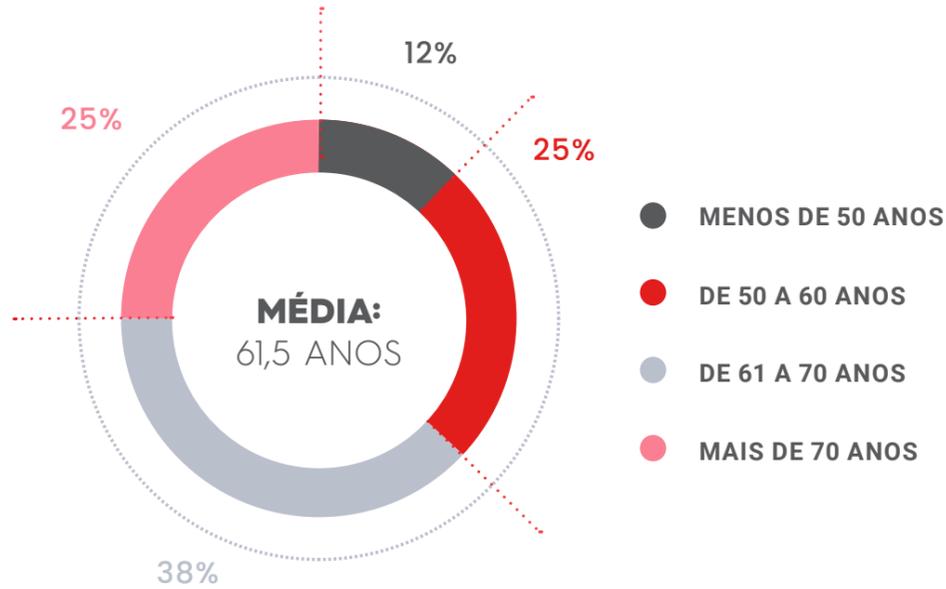
Nenhum dos membros exerce função executiva na Lojas Renner S.A., sendo remunerados exclusivamente por suas atividades como conselheiros e membros dos Comitês de Assessoramento.

Conheça o Regimento do Conselho e a experiência detalhada de cada membro no *site* de Relações com Investidores: <https://bit.ly/3gpm7N9> e <https://bit.ly/3osxLcN>

● **COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO EM 2021**

GRI 2-9, 405-1

**IDADE**



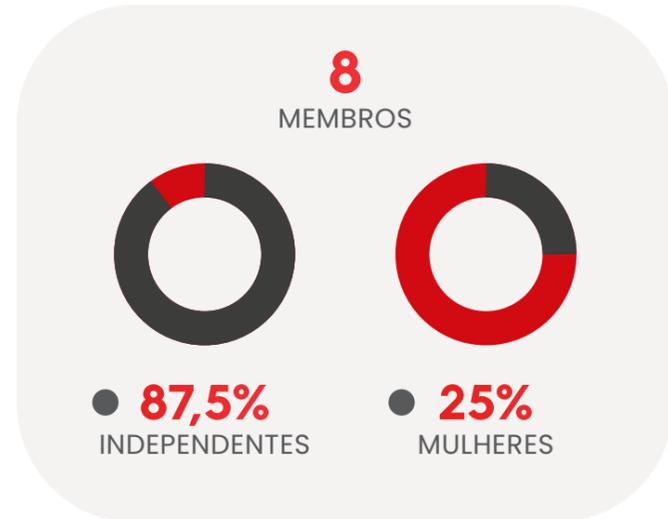
**MANDATOS**

membros mandatos

2  
3  
2  
1



**COMPOSIÇÃO**



Alinhados às melhores práticas mundiais de governança e valorizando a importância da diversidade de gênero, de acordo com nossa Política de Indicação de Administradores, somos signatários, desde 2020, da Women on Board (WOB), comprometendo-nos a manter duas mulheres no Conselho de Administração, o que já tínhamos como prática. A WOB é uma iniciativa independente, apoiada pela ONU Mulheres, que visa reconhecer, valorizar e divulgar a existência de ambientes corporativos com a presença de mulheres em Conselhos de Administração, para demonstrar os benefícios desta diversidade ao mundo empresarial e à sociedade.

● **COMPETÊNCIAS DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**

A matriz abaixo destaca as principais áreas de experiência e competências dos Conselheiros de Administração da Lojas Renner S.A.



**ASSESSORAMENTO** GRI 2-17

O Conselho de Administração é assessorado por quatro Comitês de Administração:

**COMITÊ DE PESSOAS**

Desde 2005, auxilia o Conselho de Administração a estabelecer os termos da remuneração e dos demais benefícios e pagamentos a serem recebidos a qualquer título da Companhia por Diretores e Conselheiros, tendo como base as metas de desempenho estabelecidas pelo Conselho de Administração. Em 2021, o Comitê se reuniu oito vezes, com 100% de frequência média dos membros.

**COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE**

Desde 2008, assessora o Conselho no estabelecimento de diretrizes e princípios relativos ao desenvolvimento sustentável nos pilares social, ambiental, econômico e dentro das melhores práticas de governança corporativa. Em 2021, o Comitê se reuniu quatro vezes, com 100% de frequência média dos membros.

**COMITÊ DE AUDITORIA E GESTÃO DE RISCOS**

Desde 2012, exerce funções consultivas ao Conselho sobre o cumprimento de suas responsabilidades de supervisão pelo monitoramento da integridade

dos processos das Demonstrações Financeiras e sistemas de controles internos da Companhia, revisando e avaliando a independência e o desempenho dos auditores independentes, bem como dos auditores internos. O Comitê também revisa as áreas de riscos significativos e monitora o cumprimento dos requerimentos legais e regulatórios. Em 2021, o Comitê se reuniu nove vezes, com 100% de frequência média dos membros.

**COMITÊ ESTRATÉGICO**

Desde 2014, auxilia o Conselho de Administração na aprovação e acompanhamento da execução dos planos estratégicos, projetos de expansão e programas de investimento da Companhia. Em 2021, o Comitê se reuniu sete vezes, com 100% de frequência média dos membros.

Conheça o Regimento dos Comitês e a composição dos órgãos em: <https://bit.ly/3gpm7N9> e <https://bit.ly/3osxLcN>

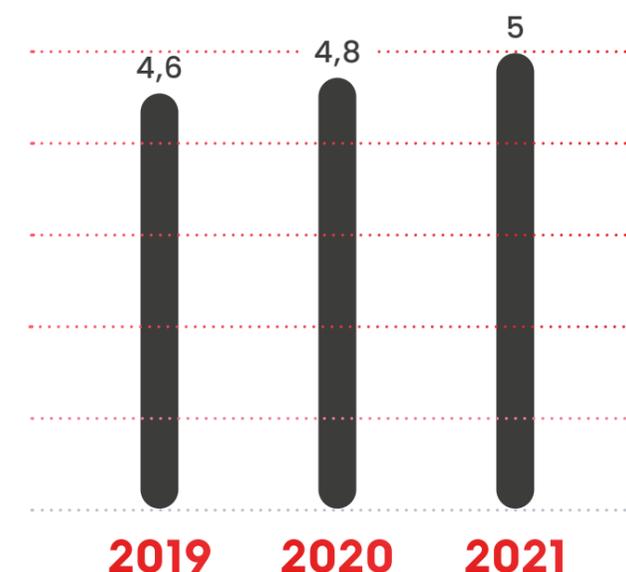
**AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO**

GRI 2-18

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

De acordo com o resultado da avaliação, em geral, o Conselho de Administração da Companhia é percebido com um alto nível de efetividade no cumprimento de seu papel, possuindo uma atuação efetiva em diferentes dimensões, tornando-se consistente na execução de boas práticas de governança e no suporte ao direcionamento da organização.

● **EVOLUÇÃO DA NOTA DO CONSELHO NA AVALIAÇÃO (1 A 6)**



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

Saiba mais no Manual para Participação de Acionistas em Assembleia – AGO 2022, página 14: <https://bit.ly/3D7X9Nw>

● conselho fiscal

O Conselho Fiscal (CF) é um órgão independente da Administração e da Auditoria Externa da Companhia, pois tem como responsabilidade principal fiscalizar os atos dos administradores e analisar as Demonstrações Financeiras, relatando suas observações aos acionistas. Nosso CF é permanente, composto por três a cinco membros, eleitos anualmente em Assembleia Geral, com mandato de um ano e reeleição permitida. Conheça o Regimento do Conselho Fiscal e a experiência detalhada de cada membro: <https://bit.ly/3kgBgD8> e <https://bit.ly/3osxLcN>

● diretoria

A Diretoria Estatutária é responsável pela administração cotidiana da Companhia e pela implementação das políticas e diretrizes gerais estabelecidas pelo Conselho de Administração, além da execução do plano de negócios elaborado de acordo com as diretrizes estratégicas. Nossos diretores, eleitos pelo Conselho de Administração para um mandato de dois anos e reeleição permitida, são escolhidos com base em suas experiências profissionais e alinhamento aos valores corporativos da Lojas Renner S.A., exercendo o papel de líderes para conduzir as equipes em suas áreas de atuação.

Baseado no plano estruturado de sucessão, em 2021, a Diretora de Gente e Desenvolvimento, Sra. Clarice Costa, após 29 anos na Companhia, deixou o cargo por aposentadoria e dedicação a novos projetos, assumindo a Sra. Regina Durante. Ainda em 2021, o Diretor Presidente, Sr. Fabio Faccio, assumiu interinamente a Diretoria Administrativa e Financeira e de Relações com Investidores, com a renúncia, em novembro, do Sr. Alvaro Azevedo. Em janeiro de 2022, foi eleito como CFO e DRI o Sr. Daniel Martins dos Santos.

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

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

**AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO**

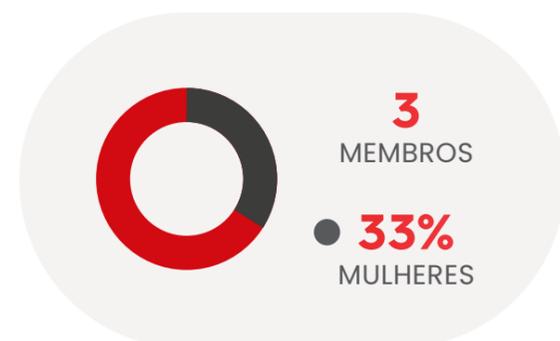
Realizamos anualmente a avaliação formal de desempenho da Diretoria Executiva. O Diretor-Presidente é avaliado pelo Presidente do Conselho de Administração, e avalia, anualmente, cada diretor, baseado em competências organizacionais, estratégicas e funcionais. Os resultados são reportados ao Comitê de Pessoas, que leva o reporte ao Conselho de Administração. A avaliação também serve como insumo para que o executivo receba ações da Companhia como parte de sua remuneração, como apresentado a seguir.

● COMPOSIÇÃO DO CONSELHO FISCAL EM 2021

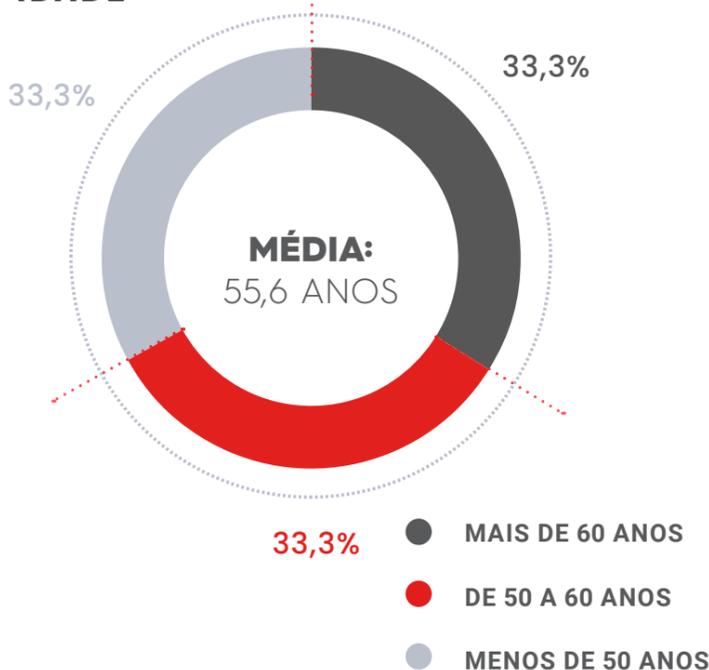
MANDATOS



COMPOSIÇÃO



IDADE



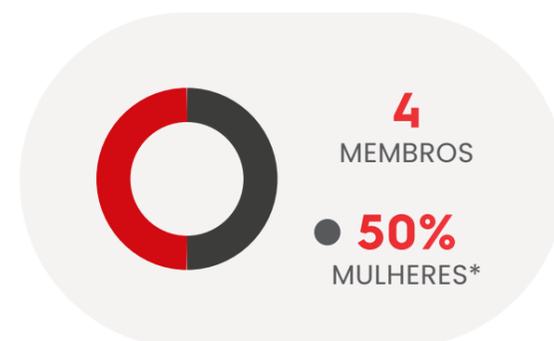
● COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA EM 2021

GRI 405-1

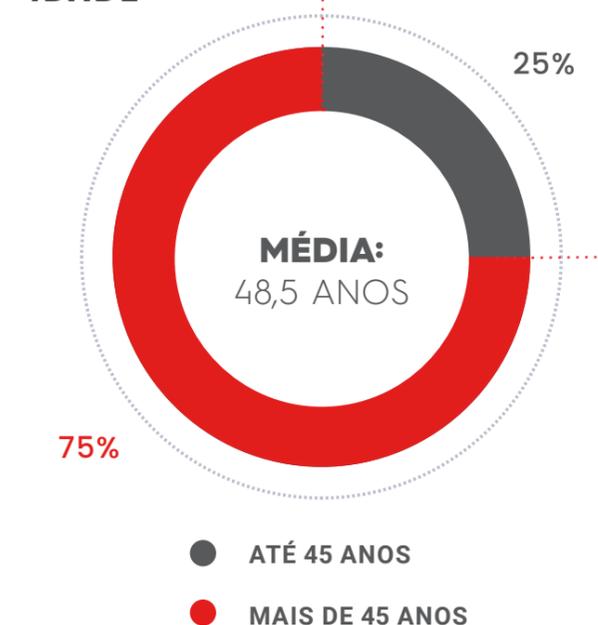
MANDATOS



COMPOSIÇÃO



IDADE



\* Com a posição de CFO e DRI ocupada interinamente pelo Presidente, o total de membros que era de 5 passou para 4, elevando o percentual de mulheres que, nos últimos anos era de 40% (dois dos cinco membros).

# remuneração

GRI 2-19, 2-20

O sistema de remuneração da nossa alta liderança busca promover a criação de valor sustentável e de longo prazo, a partir da definição de remuneração variável aos executivos relacionada ao alcance das metas da Companhia e individuais, garantindo o comprometimento necessário da alta liderança com avanço também em frentes não diretamente relacionadas ao resultado financeiro da Companhia.

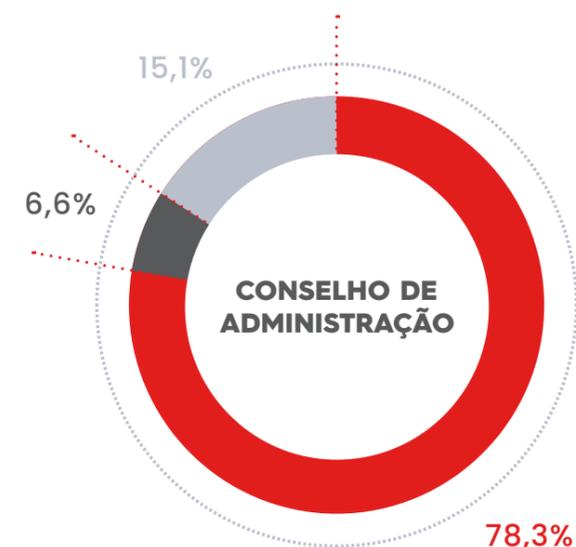
A partir de 2021, a remuneração da Diretoria passou a ser atrelada a metas ESG, com monitoramento semestral de indicadores de resultados. As métricas da remuneração estavam relacionadas aos compromissos públicos assumidos para 2021, nos temas relativos a mudanças climáticas, conformidade socioambiental de fornecedores e produtos menos impactantes.

A Diretoria também conta com o Plano de Opção de Compra de Ações e Ações Restritas, que concede a eles ações da Companhia e, portanto, aprofunda sua conexão com o negócio: se a boa gestão gera bom desempenho, os negócios crescem, as ações se valorizam e os Executivos têm maior rendimento, apoiando a retenção dos executivos e alinhando seus interesses aos dos acionistas e à criação de valor a longo prazo.

As ações do Plano só são concedidas aos executivos nos anos em que a Companhia tiver alcançado, no ano imediatamente anterior, lucros suficientes para permitir a distribuição dos dividendos obrigatórios aos acionistas. Além disso, para definição do montante de ações, cada executivo é avaliado por uma composição de objetivos, medidos através de metas corporativas, individuais e nível de adesão aos princípios e valores da Companhia.

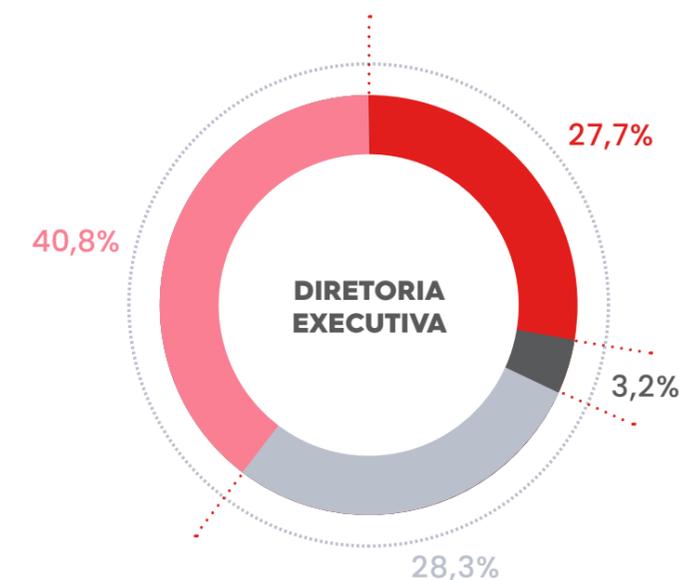
O Conselho de Administração, por sua vez, possui apenas remuneração fixa (pró-labore e participação em comitês).

Conheça informações detalhadas sobre nossa política de remuneração no item 13 do [Formulário de Referência](#) e do [Manual da AGO 2022](#).



● **R\$ 15,3 MILHÕES**  
DISTRIBUÍDOS ENTRE:

- **R\$ 12,0 MILHÕES**  
Remuneração Fixa (pró-labore)
- **R\$ 1,0 MILHÃO**  
Plano de Opção de Compra de Ações e Ações Restritas
- **R\$ 2,3 MILHÕES**  
Remuneração pela participação em comitês



● **R\$ 23,9 MILHÕES**  
DISTRIBUÍDOS ENTRE:

- **R\$ 6,6 MILHÕES**  
Remuneração Fixa (pró-labore)
- **R\$ 762,8 MIL**  
Benefícios
- **R\$ 6,7 MILHÕES**  
Remuneração variável (atrelada às metas da Companhia e individuais)
- **R\$ 9,8 MILHÕES**  
Remuneração baseada em ações (reforço à retenção, busca alinhar interesses dos executivos aos dos acionistas na criação de valor de forma sustentável a longo prazo)

# gestão de riscos

GRI 308-2, 408-1, 409-1, 411-1, 414-1, 414-2 | SASB CG-AA-440a.1 | TCFD

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

## ● POLÍTICAS DE GESTÃO PARA CONTROLE DE RISCOS

- Política de Governança, Riscos e Conformidade
- Política de Auditoria
- Política de *Compliance*
- Política de Gestão Financeira
- Política de Destinação de Resultados
- Política Anticorrupção

- Política de *Disclosure*
- Política de Divulgação de Fato Relevante e de Negociação de Valores Mobiliários
- Política de Partes Relacionadas
- Política de Indicação e de Remuneração dos Administradores

- Política de Segurança da Informação
- Política de Privacidade e Proteção de Dados
- Política de Atendimento e CRM
- Código de Conduta para Colaboradores
- Código de Conduta para Fornecedores
- Política de Sustentabilidade

## IDENTIFICAR, AVALIAR E MENSURAR

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

## TRATAR E MONITORAR

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

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

Conheça as políticas em: <https://bit.ly/3ELTia1>

# riscos monitorados

GRI 2-25 | CG-AA-440a.1

## RISCOS OPERACIONAIS

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

## RISCOS ESTRATÉGICOS

Envolvem a tomada de decisões da Alta Administração da Companhia e podem provocar grandes perdas no valor econômico da Organização.

## RISCOS REPUTACIONAIS

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

## RISCOS SOCIOAMBIENTAIS

Impactos socioambientais negativos ao longo do ciclo de vida dos produtos, que envolvem uma rede composta por múltiplos atores, que podem impactar negativamente a Companhia, seus públicos de relacionamento e a sociedade de maneira geral. Nesta categoria também se inserem os riscos climáticos (saiba mais sobre as iniciativas de mitigação na pg. 64 e conheça detalhes sobre os riscos socioambientais na cadeia na pg. 33 do nosso relatório do ano anterior: <https://bit.ly/3KbB3MP>).

## ● riscos emergentes

### PANDEMIAS

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

**Mitigação:** do ponto de vista econômico, estamos continuamente desenvolvendo novas soluções para seguir encantando nossos clientes, acompanhando e inovando, frente às suas mudanças de hábitos (saiba mais sobre essas ações na pg. 10). Do ponto de vista da saúde e segurança de nossos colaboradores, trabalhamos com uma frente médica dedicada ao tema, com ações de prevenção, mas também, de promoção de bem-estar, qualidade de vida e saúde física e psicológica (saiba mais sobre essas ações na pg. 48).

### CIBERSEGURANÇA

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

**Mitigação:** temos uma estratégia e estrutura sólida de cibersegurança e segurança da informação, atendemos plenamente à Lei Geral de Proteção de Dados e promovemos continuamente uma cultura de segurança junto aos nossos colaboradores e parceiros (saiba mais sobre essas ações na pg. 42).

## ● cultura de gestão de riscos

Nossa Diretoria de Riscos trabalha próxima às áreas do negócio, dando apoio consultivo à identificação, prevenção e tratamento dos principais riscos e, também, promovendo a conscientização das áreas sobre uma cultura preventiva de gestão dos riscos. Os times de Gestão de Riscos e Auditoria Interna apoiam as áreas na identificação dos principais riscos ordinários e extraordinários, bem como a estruturarem e implementarem os planos de ação para mitigação dos riscos, trabalhando junto às áreas de negócio, identificando riscos que geraram centenas de planos de ação.

Periodicamente, realizamos o processo de integração para os colaboradores com cargo de liderança, abrangendo assuntos pertinentes à gestão de risco, fortalecendo a cultura preventiva da Companhia. Com a proximidade das áreas, também abrimos espaço para *feedbacks* e melhoria contínua. Anualmente, todas as Diretorias devem apresentar seus principais riscos e preocupações significativas que alimentam a estratégia de atuação do Comitê de Auditoria para gestão dos riscos ordinários.

Ao longo de 2021, continuamos com implementações de ferramentas e melhorias de processo, como uma plataforma externa de privacidade de dados pessoais, referente ao nosso compromisso frente os princípios da LGPD, e uma ferramenta externa de gestão da segurança da informação, trazendo dados relevantes para ações internas e junto aos nossos parceiros.

# direitos humanos

## gestão

GRI 2-23, 2-24, 412-1

### códigos de conduta

Desde 1995, contamos com o Código de Conduta e, desde 2018, com o Código de Conduta para Fornecedores, para orientar, esclarecer e formalizar as condutas, valores e princípios esperados de nossos colaboradores, administradores e fornecedores.

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

Todos os anos, trabalhamos na capacitação e no treinamento de nossos colaboradores sobre nosso Código de Conduta, políticas corporativas e práticas anticorrupção, além de atuar continuamente, por meio da comunicação, na conscientização e sensibilização sobre os temas.

#### **POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE**

Desde 2016, apresenta o compromisso da Lojas Renner S.A. com o desenvolvimento sustentável, orientando a gestão, os valores e o posicionamento da Companhia e de toda a sua cadeia de valor e partes interessadas: dos produtores de matéria-prima até os atores envolvidos no pós-consumo.

#### **POLÍTICA DE DIREITOS HUMANOS**

Desde 2020, formaliza e dissemina nosso compromisso com a promoção do respeito aos Direitos Humanos, estabelecendo os princípios orientadores que devem nortear as atividades e relações da Companhia em toda a cadeia de valor do negócio.

#### **POLÍTICA ANTICORRUPÇÃO**

Desde 2014, explicita práticas e princípios a serem seguidos por colaboradores, parceiros e terceiros para o combate à corrupção e à fraude, especificando ferramentas, sinais de alerta, atos intoleráveis, sanções e medidas disciplinares e os órgãos responsáveis pelo monitoramento de seu cumprimento. Não identificamos, em 2021, operações com alto risco de corrupção.

#### **MELHORES PRÁTICAS GLOBAIS ORIENTADORAS DAS POLÍTICAS E GESTÃO**



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



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



- Declaração da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre os princípios e direitos fundamentais no trabalho.



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

## promoção dos direitos humanos

GRI 2-25

Temos um compromisso com a preservação e o respeito aos Direitos Humanos, e trabalhamos intensamente para identificar os riscos de violações em nossas operações e cadeia de valor, mitigá-los e remediar os possíveis impactos causados.

Além do Comitê de Ética e de *Compliance* (saiba mais em <https://bit.ly/3jE4I5R>), contamos com um Grupo de Trabalho de Direitos Humanos multidisciplinar, focado em articular as ações necessárias para mitigar e tratar os riscos identificados e o Comitê Plural, multidisciplinar, voltado a desenvolver e colocar em prática iniciativas estratégicas para promoção da diversidade e inclusão, além do Grupo de Trabalho Plural, diverso, responsável por ser apoio consultivo às ações do programa de diversidade.

Entre 2019 e 2020, conduzimos um importante processo de diligência de impactos da nossa cadeia nos Direitos Humanos, que identificou 12 principais riscos prioritários, sendo os principais:

- discriminação entre colaboradores;
- fraude, corrupção e violações trabalhistas na cadeia de Fornecedores de Revenda internacional;
- danos ao meio ambiente no processo produtivo.

Em 2022, iremos revisar a matriz de riscos com uma nova diligência, considerando todos os novos aspectos do negócio. Conheça nos subcapítulos a seguir nossas iniciativas para gerir e mitigar esses riscos e, em nosso Relatório Anual 2020, detalhes sobre a diligência: <https://bit.ly/3Hc3ed2>



Produtor de algodão de agrofloresta: cultivo que respeita a comunidade e o meio ambiente.

Seguimos ampliando a abrangência das auditorias de conformidade junto aos Fornecedores de Revenda internacionais (saiba mais na pg. 49), dos programas de desenvolvimento de práticas de sustentabilidade na cadeia produtiva (saiba mais na pg. 78), do nosso programa de conformidade (saiba mais na pg. 49) e da promoção da diversidade, igualdade e combate à discriminação (saiba mais na pg. 39).

## denúncias

GRI 2-25, 2-26

Para apoiar nossos Programas de Ética, de Proteção aos Direitos Humanos na Operação e Cadeia de Fornecimento, e o respeito às nossas políticas e princípios, disponibilizamos, à toda a sociedade, fornecedores, clientes e colaboradores um canal de denúncias corporativo, que atende, de maneira unificada, todas as empresas do Grupo.

Qualquer pessoa pode fazer denúncias ao canal, que está disponível 24 horas por dia e oferece garantia de sigilo, confidencialidade e acompanhamento das tratativas. Sua gestão é operada por empresa especializada, apoiando a independência do canal e a segurança ao denunciante, além de possibilitar maior acolhimento, a partir de uma equipe de psicólogos que recebe a denúncia e dá o devido encaminhamento.

Canal: 0800 900 9091 ou  
<https://contatoseguro.com.br/lojasrennera>  
 (em português, inglês e espanhol)

Divulgamos o canal publicamente em nosso *site* e aos colaboradores e fornecedores na contratação, em *workshops* e *e-mails*. Entre os fornecedores de revenda e de construção civil, também exigimos a divulgação do canal aos seus colaboradores e contratados, por meio de cartazes em áreas de circulação de trabalho. Verificamos, nas visitas técnicas, se há o código de conduta na empresa e se foi disseminado devidamente.

Em 2021, nos planos de ação para tratativa dos casos de violação, as principais medidas foram: avanços em procedimentos, infraestrutura, normas, advertências, desligamentos, encerramento de relações comerciais, suspensões e transferências.

## combate à discriminação

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

Em 2021, seguimos promovendo treinamentos para colaboradores e lideranças sobre assuntos relevantes ao tema e concluímos outras ações importantes na frente de tolerância zero à discriminação e ao assédio. Gerentes regionais, coordenadores de RH e colaboradores de times envolvidos em casos de assédio ou discriminação passaram por treinamento específico por empresa especializada. Padronizamos e formalizamos os processos de investigação e tratativa para as denúncias, revisamos os protocolos práticos de ação em casos de discriminação e assédio, as medidas corretivas para agressores e o plano de remediação às vítimas e centralizamos no *Compliance* Corporativo o registro dos incidentes em loja, envolvendo agressão física, assédio, discriminação e bullying entre colaboradores e clientes.

Também avançamos e promovemos sensibilizações e treinamentos sobre violência doméstica e implementamos, com apoio de uma empresa parceira especializada, o Em Frente, canal de acolhimento às vítimas. O canal é de livre acesso aos colaboradores da Lojas Renner S.A. de todos os níveis hierárquicos em situação de violência física, psicológica, moral, patrimonial e sexual dentro do âmbito intrafamiliar.

## diversidade e inclusão

GRI 2-23

O Plural, criado em 2020, é o Programa que orienta a nossa estratégia de diversidade e inclusão (saiba mais sobre o programa em nosso Relatório Anual 2020: <https://bit.ly/3Hc3ed2>).

Em 2021, trabalhamos a disseminação do Plural na Companhia, com a divulgação de vídeo manifesto, a publicação do nosso Guia de Diversidade para colaboradores, comunicações e eventos temáticos ao longo do ano, comunicação e sensibilização sobre diversidade para os fornecedores e treinamentos sobre diversidade, discriminação e raça para colaboradores e alta liderança.

Também iniciamos pilotos para ampliar a inclusão nos processos de Atração & Seleção, sendo os principais:

- Programa de Estágio e Trainee com aspectos de diversidade em todas as fases;
- Processos de seleção com entrevistas às cegas;
- Teste com dados na plataforma de recrutamento para a melhoria na base de dados de diversidade;
- Participação em feira de atração de Pessoas com Deficiência (PCDs).



Os colaboradores foram modelos na campanha Pride.

Fazemos parte de uma rede relevante de promoção da diversidade e combate à discriminação:

- signatários do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+;
- associados à Aliança LGBTI+;
- apoiadores dos Princípios de Empoderamento das Mulheres, da ONU Mulheres;
- signatários do MOVER (Movimento pela Equidade Racial);
- membros da Coalizão Empresarial Pelo Fim da Violência Contra Mulheres e Meninas;
- Instituto Identidades do Brasil ID\_BR e seu Selo Sim à Igualdade Racial.

## equidade de gênero

40



Todas Avançam Juntas é uma campanha que promove o empoderamento feminino.

Temos um time composto por mais de 64% de mulheres nos últimos anos e praticamente o mesmo patamar nos cargos de liderança, com presença de mulheres também em carreiras tradicionalmente masculinas, como engenharia e logística.

Do ponto de vista externo, entendemos que temos um grande potencial de contribuição social à igualdade de gênero, a partir do apoio do Instituto Lojas Renner aos projetos de empreendedorismo de mulheres na cadeia da moda (saiba mais na pg. 57).

Por meio do Movimento Todas Avançam Juntas, buscamos conscientizar e engajar os clientes na causa

do empoderamento da mulher, lançando produtos e comunicações voltadas ao tema e promovendo campanhas que revertam uma parcela do faturamento líquido das vendas de todas as lojas e *e-commerce* da Renner, Youcom, Ashua e Camicado para o Instituto e, conseqüentemente, para o empoderamento das mulheres beneficiadas. Em seus 13 anos, o Movimento arrecadou e destinou aos projetos beneficiados pelo Instituto cerca de R\$ 23 milhões.

Em 2021, também criamos o troco “Uma Empodera Muitas”, em que nossos clientes podem doar o troco das suas compras para o Instituto Lojas Renner.

Em 2021, conquistamos diversos reconhecimentos nos *rankings* e premiações que avaliam as práticas empresariais para promoção da equidade de gênero:



**Destaque na categoria mulheres do Guia Exame de Diversidade.**



**1º Lugar Prêmio WEPs Brasil - Empresas Empoderando Mulheres - na categoria grande porte - bronze.**



**1º lugar no *Ranking* Ibevar na lista de maior participação de mulheres em altos cargos de Liderança.**



**3º lugar do setor no Prêmio Mulheres na Liderança.**



Campanha Primavera Verão Ashua.

## diversidade nos produtos

Trabalhamos com grades estendidas de tamanho na marca Ashua, especializada em *curve & plus size*, e realizamos, em todas as nossas marcas, provas de modelagem em diferentes corpos, para garantir produtos de qualidade para todos os estilos.

Depois de um trabalho intenso para desenvolver uma tabela de tamanhos que leva em conta mais de quarenta medidas, e não apenas as primárias, como busto, cintura e quadril, em 2021 inovamos usando tecnologia 3D para desenvolver manequins físicos projetados a partir do escaneamento de corpos reais. O objetivo é entregar aos clientes peças mais ergonômicas e fiéis ao biotipo dos brasileiros e brasileiras.

A partir do uso exaustivo pelo time interno e fornecedores, e dos ajustes realizados, serão fabricados, de maneira inédita, 14 padrões de manequins físicos, todos projetados a partir do escaneamento corporal digital e com variações de tamanhos que vão do infantil até o *plus size*.

# segurança da informação

## gestão

A segurança da informação é um dos pilares do negócio, faz parte dos compromissos fundamentais do Código de Conduta e conta com o envolvimento direto do Conselho de Administração na gestão, aprovando e validando a estratégia que orienta nossa gestão sólida do tema:

- Temos duas áreas estruturadas voltadas para o tema cibersegurança na Companhia:

1. Área de Segurança da Informação, da Diretoria de TI.
2. Área de *Compliance* Corporativo, da Diretoria de Riscos.

- Comitê Corporativo de Riscos Cibernéticos e Fraude, multidisciplinar, com interface com o Conselho de Administração.

- Membro do Conselho – Christiane Edington – com experiência em Tecnologia da Informação.

- Estrutura de diretrizes composta por três políticas e 21 normas, bem como manuais detalhando os processos para garantir a segurança da informação, a proteção de dados, a gestão de riscos e incidentes e da continuidade do negócio.

- Política de Privacidade e de Proteção de Dados Pessoais da Lojas Renner S.A., que rege as diretrizes e condições gerais de coleta, uso, armazenamento, tratamento e proteção de dados nos sites, plataformas e aplicações de *internet*, em conformidade com a legislação. Acesse em: <https://bit.ly/3g2QJov>

---

**Em 2021, seguimos evoluindo com canais específicos para o atendimento dos direitos previstos na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD): implementamos centrais de privacidade para as marcas Renner, Camicado e Youcom, com uma plataforma para gestão de privacidade, que operacionaliza todos os aspectos relacionados ao tema, como o ciclo de vida do dado pessoal, o inventário de tratamentos de dados pessoais, políticas de privacidade, consentimentos, finalidades de uso, entre outros.**

---

Reflexo da evolução e solidez de nossa gestão, em 2021, fomos avaliados como nível A e pontuação 93 no Security Score Card, ferramenta que monitora o nível de maturidade da segurança cibernética das empresas no mundo todo, 1º lugar do setor no Brasil.

# proteção

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

- Security Operation Center: voltado à proteção do perímetro de *Internet*, ambiente interno e sistemas, correlação de eventos e resposta a incidentes.
- Security Tools: adotamos ferramentas modernas, líderes de mercado, que protegem o ambiente tecnológico de ameaças cibernéticas.
- Temos time voltado ao *Ethical Hacking*, com testes de intrusão em nosso ambiente com recorrência agendada em calendário mensal.
- Brand Protection: voltado à monitoração das principais marcas da Lojas Renner S.A. na *internet*.

Contamos com equipe que gerencia as vulnerabilidades técnicas e com cobertura de um seguro cibernético.

Em 2021, adquirimos uma ferramenta que nos permite monitorar o nível de riscos cibernéticos externamente à Companhia e parceiros que prestam serviços e investimos fortemente em mecanismos de proteção de perímetro e de proteção de dispositivos do nosso ambiente.

Em 2021, não houve nenhum caso de reclamação de perda de dados ou violação da privacidade dos clientes, recebida de órgãos reguladores ou de outros *stakeholders*.

## RESPOSTA A INCIDENTES E INTERRUPÇÕES

Temos uma Política e um processo formal de Gestão de Continuidade de Negócios (GCN), por meio do qual realizamos o levantamento dos riscos de parada operacional (parcial ou total) e a Análise de Impacto de Negócios (BIA). A partir desse cenário, definimos as estratégias no Plano de Continuidade Operacional (PCO) para os processos, e contamos com um Plano de Recuperação de Desastres (DRP) para todos os sistemas classificados como vitais e críticos na BIA. Para garantir a eficiência desse processo, realizamos testes anuais dos PCOs e semestrais do DRP e treinamentos para resposta a incidentes.

No ano, sofremos um ataque cibernético que levou à instabilidade do sistema, assim como à indisponibilidade de nossas operações digitais por alguns dias. Nesse sentido, nossos times e parceiros atuaram de forma bastante diligente e o incidente nos mostrou a relevância de termos esse risco identificado e nossos times sempre preparados e os planos de proteção e recuperação de negócios atualizados.

## 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. Também temos um processo de homologação de parceiros, onde avaliamos os requisitos de segurança da informação dos que irão acessar dados sensíveis ou confidenciais da Lojas Renner S.A. e fazemos, semestralmente, o acompanhamento dos riscos cibernéticos dos principais parceiros.

## PROTEÇÃO DOS DADOS DOS CLIENTES

Temos grande foco na proteção dos dados dos clientes. Contamos com uma área dedicada, com profissionais especialistas e fornecedores renomados com atuação integral (24 horas por dia e 7 dias por semana) e adotamos uma estratégia multicamadas com diversos controles e ferramentas. Somos recertificados anualmente no Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS) desde 2012, padrão das bandeiras para proteção de dados de cartões de crédito e débito, e usamos técnicas de proteção nas bases de dados e funcionalidades de Data Loss Prevention (DLP) ativas para a monitoração e prevenção do vazamento de dados sensíveis. Em 2021, seguimos implementando controles mais maduros e robustos nos processos de monitoramento, além de investirmos em soluções de Inteligência de Ameaças Cibernéticas, a fim de mitigar potenciais eventos prejudiciais.

## CONSCIENTIZAÇÃO

Temos um programa corporativo voltado à educação e à conscientização dos colaboradores em segurança da informação, que conta com palestras para novos colaboradores, a *Cyber Week*, semana anual com eventos e comunicações sobre o tema, um Programa de Segurança da Informação disponibilizado *online* na Universidade Renner (UR), bem como campanhas de educação em temas como cuidado com senhas, crimes cibernéticos, classificação da informação, entre outros. Em 2021, alcançamos cerca de 70% do quadro de colaboradores treinados na UR em temas que envolvem a LGPD.

capitais



ods



# SOCIAL

## 04

Atuamos com responsabilidade e excelência para gerar **encantamento e desenvolvimento a todos os nossos públicos.**

GRI 3-3, 414-2, AF1, AF8, AF9, AF10, AF12, AF13, AF14, AF15, AF16, AF17, SASB CG-AA-430b.2, CG-AA-440a.1



# colaboradores

## desenvolvimento

### ● relacionamento com talentos

O desenvolvimento dos nossos colaboradores frente às demandas do negócio e às mudanças socioculturais é chave para garantir as habilidades necessárias para sustentar a realização de nossa estratégia, com excelência e encantamento.

Conheça a seguir os principais programas de desenvolvimento, que também apoiam nossa diferenciação como marca empregadora, ampliando as oportunidades de evolução pessoal e profissional dos colaboradores e potencializando uma trajetória de contínua evolução e avanço de carreira.

#### PROGRAMA CIRCUITO

O Circuito é nosso programa voltado a gerar trocas de experiência e de conhecimento entre profissionais da Lojas Renner S.A. e o ecossistema de educação e inovação, no Brasil e no exterior, potencializando a atração e o desenvolvimento de talentos, por meio de uma agenda contínua de encontros com parceiros, promovendo o diálogo sobre experiências, novas competências e *skills* essenciais às carreiras do futuro, e para colaboração que gera valor ao setor e à sociedade.

Em 2021, criamos o Decola Circuito, que reuniu colaboradores (que chamamos de *makers*) e diretores patrocinadores para idealizar as próximas ações do Programa Circuito, buscando endereçar as iniciativas de marca empregadora e inovação das diferentes áreas e negócios do ecossistema. Em cinco encontros Decola, foram geradas mais de 500 ideias, que se transformaram em 20 projetos idealizados, a serem colocados em prática em 2022.

O Programa Circuito foi vencedor do prêmio GROW+ Innovation Award na categoria Cultura de Inovação e Intraempreendedorismo.

#### PROGRAMAS DE PORTA DE ENTRADA

Os programas Missão S.A. e Trainee são a grande porta de entrada para talentos potenciais em nosso ecossistema. O Programa de Trainee tem uma média de 9 mil inscritos por edição e é muito tradicional na Companhia, atraindo talentos para as áreas de Produto e Operações. Há quatro edições, o formato do processo seletivo vem evoluindo, absorvendo conceitos de *lifelong learning* e ESG. Já o Programa Missão S.A. busca estagiários para todo o ecossistema, atendendo todas as áreas da Empresa, trazendo mais de 130 estagiários apenas em sua primeira edição.

Ao todo, no ano, a área de Relacionamento com Talentos impactou mais de 39 mil talentos, contou com 119 colaboradores da Companhia envolvidos, 29 mil pessoas inscritas nos Programas, 943 pessoas participando das jornadas e resultou na contratação de 238 talentos. A partir da medida do NPS (Net Promoter Score) do Programa, registramos avanço de 72% na percepção da marca, tanto pelos colaboradores *makers* (NPS 9,8), quanto pelos talentos externos (NPS 8,9).

#### CICLO DE CARREIRA

Proporcionamos a 100%<sup>2</sup> dos profissionais das Lojas Renner S.A. um ciclo de carreira, que é realizado de maneira digital através da nossa plataforma de carreira. Anualmente, toda nossa liderança participa do ciclo completo, incluindo alocação dos profissionais em uma matriz de desempenho vs. potencial, posterior calibragem em comitê executivo e discussão do mapa de sucessão. Semestralmente, todos nossos colaboradores, incluindo estagiários, participam da nossa avaliação de competências, que envolve a autoavaliação, avaliação do gestor imediato, um momento formal de *feedback* e conversa de carreira, com o objetivo de revisar o Plano de Desenvolvimento Individual (PDI), focando nos objetivos de desenvolvimento pessoais e profissionais. Esse ano, além dos nossos ciclos oficiais, passamos a oferecer, de maneira opcional, a possibilidade de rodadas adicionais do nosso ciclo, garantindo assim o alinhamento contínuo entre gestor e avaliado.

Por meio da inteligência artificial, conectamos as necessidades elencadas no PDI de cada um com os conteúdos da Universidade Renner (UR), apontando uma curadoria de cursos e treinamentos, e o colaborador ainda pode adicionar pessoas de referência, mentores e grupos ao seu PDI (*social learning*).

<sup>2</sup> Em 2021, 93% dos colaboradores aderiram e realizaram a avaliação de desempenho.

## UNIVERSIDADE RENNER

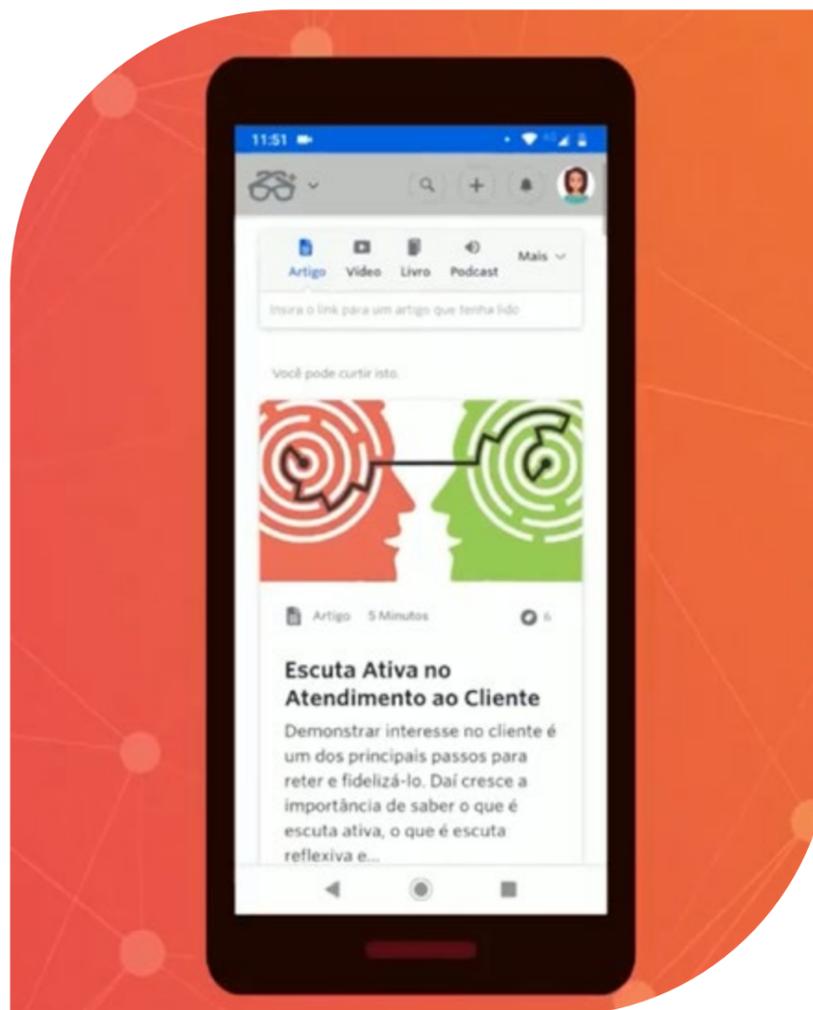
A Universidade Renner (UR) é o ecossistema de aprendizagem que conecta curadoria de excelência, oportunidades de desenvolvimento e *social learning* numa única plataforma, disponível para colaboradores e fornecedores. Nessa *Learning Experience Platform* (Degreed), o colaborador se desenvolve, aprende com colegas de outras áreas, pode se inscrever para vagas internas, oportunidades de mentorias, *job rotation* e projetos, além de gerir seu Plano de Desenvolvimento Individual (PDI). Além disso, o colaborador tem total autonomia para criar e compartilhar com toda a Empresa o que aprendeu, seja em forma de curadoria, criando suas próprias trilhas, ou compartilhando comentários e *insights* sobre o que aprendeu nas trilhas, ou ainda, contribuir com a UR conectando conteúdos externos que achar interessante à plataforma.

Em 2021, a UR continuou evoluindo, com o lançamento do Desafio PDI e o Gente em Movimento UP. O Desafio PDI incentiva os colaboradores, por meio da gamificação, a preencherem seu PDI e pensarem em seus desejos/desafios de carreira de forma conectada ao seu desenvolvimento, deixando clara a importância do protagonismo e do *mindset* de aprendizado contínuo para estarmos cada vez mais preparados para novos desafios de carreira.

Já no Gente em Movimento UP, as vagas internas e outras oportunidades de desenvolvimento são compartilhadas em um espaço dentro da UR, sendo alimentado também pela inteligência artificial, buscando apresentar as possibilidades e caminhos para avanço de carreira dentro de nosso ecossistema e permitindo aos gestores identificarem talentos internos com as habilidades e competências para os desafios de seus times. Assim, colaboradores com o PDI completo têm mais chance de dar *match* com oportunidades disponíveis, sejam vagas internas, mentorias, tutorias ou grupos de estudos, por exemplo.

## APOIO À EDUCAÇÃO

Oferecemos a todos os colaboradores uma política de reembolso para educação continuada (cursos presenciais, seminários, congressos, cursos *online* e *workshops*) em temas de negócio e comportamentais e, para lideranças e potenciais lideranças, uma política específica de educação continuada, missões de *benchmark* e imersão em idiomas.



Universidade Renner: fácil acesso a uma série de conteúdos de desenvolvimento.

Saiba mais sobre as funcionalidades da UR em nosso relatório anual 2020: <https://bit.ly/3IINi2r>

## DESENVOLVIMENTO DE LIDERANÇAS

Contamos com programas de desenvolvimento de lideranças para acelerar a progressão de carreira dos nossos colaboradores e garantir a preparação de líderes para acompanhar nosso intenso ritmo de expansão. Identificamos quem são os "altos potenciais" em nosso Comitê de Calibragem, a partir do cruzamento do resultado das avaliações de competência, do alcance de metas e da análise de potencial, e construímos os mapas de sucessão, com posições a partir de gerente sênior, que são validados no Comitê de Sucessão da Diretoria. Todo o nível gerencial da Empresa tem, entre suas metas, a formação de sucessores.

Após validação do mapa, criamos planos estruturados para acelerar a prontidão e alavancar a performance dos talentos identificados, o Programa "Voa Talento", com um portfólio completo de ações de desenvolvimento, como *coaching executivo*, *media training*, *mentoring*, imersão nacional/internacional, *job rotation* e expatriação. O time de Gente & Sustentabilidade também conduz *workshops* voltados ao desenvolvimento das competências, trabalhando conceitos, conteúdos, ferramentas, atividades práticas e cases para o desenvolvimento dos líderes, tais como *coaching*, *líder coach*, *feedback*, *coaching* contínuos, papéis e responsabilidades, ferramentas para auxiliar no *feedback* e na construção de PDIs.

Desde 1992, contamos com um programa de trainee, aberto para candidatos externos e internos, que desenvolve e capacita futuras lideranças para nosso ecossistema: supervisores e gerentes para as lojas, *planners*, *buyers* e *designers* para área de produto. Reflexo do sucesso do Programa, nosso Diretor-Presidente, Fabio Faccio, há 22 anos foi trainee da Renner.

## ● cultura e marca empregadora

Frente ao ciclo de transformação digital, inovação, ampliação da conexão e atuação dos negócios, com o fortalecimento de nosso ecossistema de moda e *lifestyle*, em 2021, iniciamos um projeto de evolução cultural. Realizamos um diagnóstico, que considerou a diversidade dos segmentos de atuação, equipes e países, assim como a integração de novos negócios (Repassa), e será a base para um trabalho de geração de valor e reverberação da cultura de encantamento alinhada aos novos desafios da Companhia.

No ano, novas disciplinas foram criadas para atender às demandas de desenvolvimento do negócio, como Gestão da Mudança Organizacional e também Experiência do Colaborador, com foco em iniciativas que beneficiem a experiência dos colaboradores ao longo de toda a sua jornada no ecossistema, desde o seu processo de seleção, até um futuro desligamento, de forma integrada, com diferentes processos e em todas as áreas e segmentos da Companhia.

**Com esse olhar dedicado, iniciamos a revisão da nossa proposta de valor ao colaborador e demos continuidade a uma estratégia de marca empregadora, que valoriza nossa cultura e a diversidade de talentos e negócios da Lojas Renner S.A., por meio de diferentes estilos de carreiras. Nesse sentido, lançamos a Encantech, nossa comunidade de talentos tech, que busca atrair e desenvolver talentos para as áreas de Tech, Dados, Ágil e Digital de diferentes partes do Brasil e do mundo.**

### ALINHAMENTO ESTRATÉGICO

Para disseminar nossa cultura e estratégia aos mais de 25 mil Colaboradores, contamos com fóruns importantes de alinhamento que abrangem toda a Organização, como a Jornada S.A. (líderes e público administrativo) e o Magia (público de operações).

Em 2021, o tema da Jornada S.A. foi ONEx – Várias Histórias, Uma Potência. Com ela, iniciamos o engajamento de todos na construção do nosso ecossistema, por meio de uma comunicação clara e transparente sobre os desafios do negócio e necessidades da transformação para o avanço contínuo. Para isso, mobilizamos os líderes e equipes através de uma grande jornada de aprendizagem, compartilhando e vivenciando temas estratégicos do ciclo digital e reforçando a cultura corporativa. Essa jornada continua com o Magia, em um formato lúdico, envolvente e digital para todo o público de Operações.

### PESQUISA DE ENGAJAMENTO

Anualmente, há mais de duas décadas, realizamos a pesquisa de engajamento, voluntária e anônima, junto a todos os colaboradores Lojas Renner S.A. Em 2021, a adesão à pesquisa foi de 78% e a média de engajamento foi de 89%, nível acima do varejo e alcançando nossa meta de 89% de engajamento.

Como avanços para mapear a experiência e satisfação do colaborador, em 2021 ampliamos os canais de escuta com novas pesquisas (como pulso e de *offboarding*) e implementamos *bots* para melhorar os níveis de serviços internos, mapeando diferentes jornadas de perfis de colaboradores, para promoção de melhorias contínuas.

Somos **TOP 5** no ranking **Great Place To Work 2021** no varejo nacional, categoria acima de 10 mil colaboradores, que classifica as empresas que se destacam pelas boas práticas no ambiente de trabalho, a partir da avaliação de práticas e de pesquisa com colaboradores.

## ● saúde, segurança e bem-estar

Temos o compromisso com a saúde e segurança de nossos colaboradores, em linha com as melhores práticas globais e com os acordos coletivos de trabalho junto aos sindicatos.

Proporcionamos aos nossos colaboradores locais de trabalho seguros e saudáveis, sempre atentos ao cumprimento de leis relativas à Medicina e à Segurança do Trabalho, e buscando a melhoria contínua, com uma equipe dedicada à gestão do tema, sob supervisão da Diretora estatutária de Gente e Sustentabilidade, um conjunto de normas e políticas estruturadas e ações de conscientização para atitudes responsáveis.

Buscamos a melhoria contínua de nosso sistema de gestão de saúde e segurança, a partir de uma série de ações para identificação e mitigação de riscos:

- Avaliação anual de identificação de riscos aos quais os colaboradores possam estar expostos, por meio do Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA) e do Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO)
- Monitoramento de indicadores de saúde, segurança e bem-estar com definição de metas e planos de ação para reduzir exposição a riscos e promover a evolução.
- Investigação e acompanhamento próximo de acidentes e outras temáticas relacionadas à promoção da saúde e segurança.
- Treinamentos aos colaboradores em segurança e bem-estar, fomentando uma cultura de segurança e reduzindo potenciais acidentes.

- Exigência do respeito às melhores práticas de saúde e segurança de nossos fornecedores, por meio do compromisso com nosso código de conduta.

Além disso, buscamos estimular o bem-estar e a qualidade de vida entre nossos colaboradores, por meio do Programa Bem-Estar, baseado em três pilares – prevenção, promoção da saúde e segurança do trabalho – e quatro dimensões – saúde física, emocional, financeira e social. As principais ações em 2021 foram:

- Possibilidade de trabalho de casa e horário flexível para os colaboradores administrativos.
- Treinamentos para os líderes e colaboradores sobre bem-estar, segurança psicológica, aspectos emocionais, autocuidado e autoconhecimento.
- Programa piloto Balance, com o objetivo de servir como uma escuta dos líderes às suas equipes, com foco em melhorar o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal e reduzir potencial de horas extras excessivas.
- Piloto na Youcom de Programa, do Dr. BE, em parceria com AON, com objetivo de oferecer aos colaboradores e seus dependentes um serviço de assistência em saúde através de uma central de saúde 24h e serviço de telemedicina e telepsicologia, com o apoio de uma equipe multidisciplinar formada por enfermeiros, médicos de família, nutricionistas e *personal trainer*.
- Semana do Bem-Estar, anual, que abordou temas como felicidade, práticas de relaxamento e segurança psicológica e ambiente de trabalho.



Cuidado com os colaboradores no escritório.

- Palestras e encontros virtuais, abertos a todos, para falar sobre saúde mental, bem-estar e temas atuais, como a pandemia de Covid-19.
- Durante o ano de 2021 foram realizadas 21 mil horas de treinamento para colaboradores, visando prepará-los para atendimentos de clientes e colaboradores em caso de sinistros nos ambientes de trabalho.

Os colaboradores que têm filhos também contam com auxílio creche e na sede, oferecemos uma sala de amamentação/lactação.

# parceiros

GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2, AF1, AF8, AF9, AF10, AF12, AF13, AF14, AF15, AF16, AF17, SASB CG-AA-430b.2

## compras responsáveis

Contamos com uma gestão próxima dos fornecedores, com times técnicos dedicados ao acompanhamento e suporte à nossa cadeia de fornecimento, divididos em dois grupos: Gestão de Fornecedores Administrativos e Gestão de Conformidade de Revenda (dedicada aos fornecedores de revenda, aqueles que fabricam os produtos vendidos em todas as empresas do ecossistema e os fornecedores do *marketplace*).

Antes da contratação, 100% dos fornecedores que atendem as nossas empresas do segmento de moda no Brasil, inclusive os *sellers* do *marketplace*, passam por homologação, que avalia seus mecanismos de promoção da integridade e a conformidade de sua documentação, assegurando regularidade e aderência aos nossos requisitos. Já no universo internacional, avaliamos todos os fornecedores envolvidos com nossas operações. Em 2021, foram homologados 2.915 fornecedores.

Contamos com processos de monitoramento consistentes em nossos fornecedores, buscando alinhamento às políticas e valores da Lojas Renner S.A. e garantindo a mitigação de risco desde sua entrada no ciclo de fornecimento da Companhia, passando pela sua permanência enquanto fornecedor e acompanhando o desempenho e desenvolvimento socioambiental da nossa rede, a fim de garantir uma compra verdadeiramente responsável para o nosso consumidor final. Veja os detalhes da estratégia de cada time e os avanços ao longo de 2021.

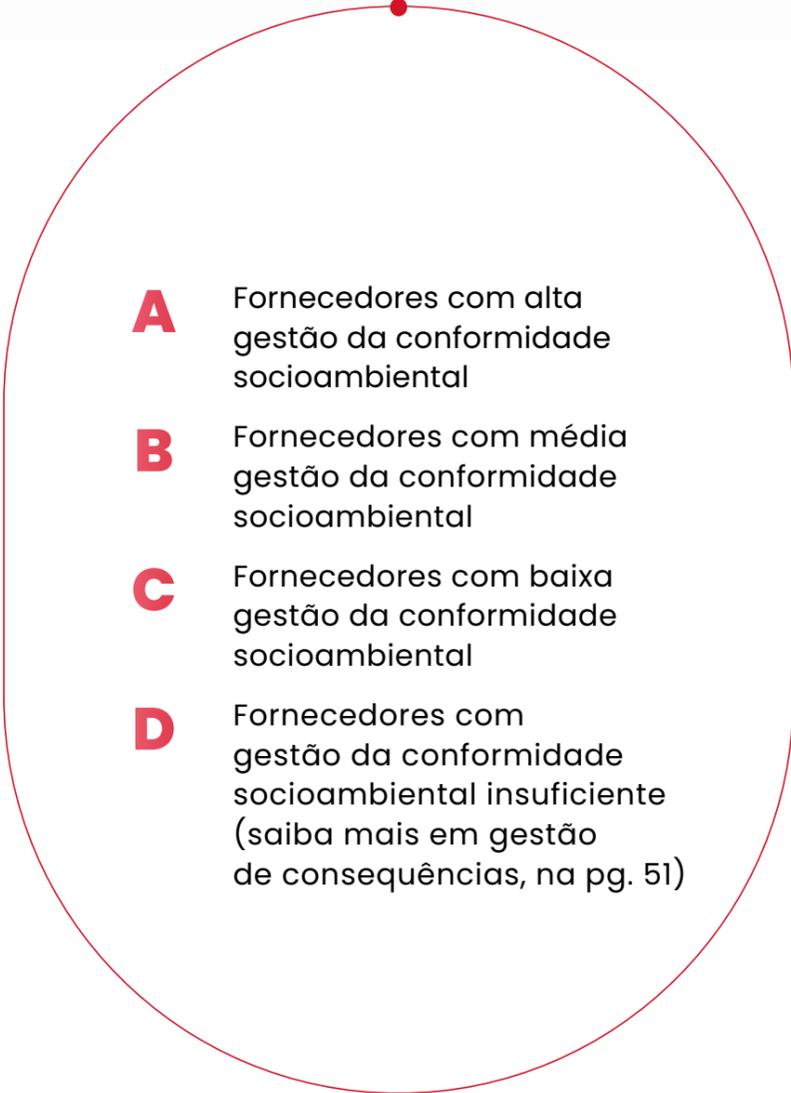
### ● monitoramento de fornecedores

#### FORNECEDORES DE REVENDA DE MODA

Após o processo inicial de contratação, os Fornecedores de Revenda nacionais e internacionais (*tier 1*) da Renner de marca própria - de confecção, acessórios, calçados e beleza - e seus contratados (*tier 2*) passam a ser monitorados em relação à responsabilidade social e ambiental e avaliados em auditorias, que têm a frequência atrelada ao nível de classificação e risco de conformidade, sendo ao mínimo uma auditoria a cada dois anos.

A pontuação nas auditorias gera uma classificação, que considera cinco fatores de risco - Direitos Constitucionais, Saúde e Segurança do Trabalho, Direitos do Trabalhador, Formalização da Empresa e Meio Ambiente - e classifica os fornecedores em quatro níveis, de acordo com seu desempenho e com compromissos socioambientais.

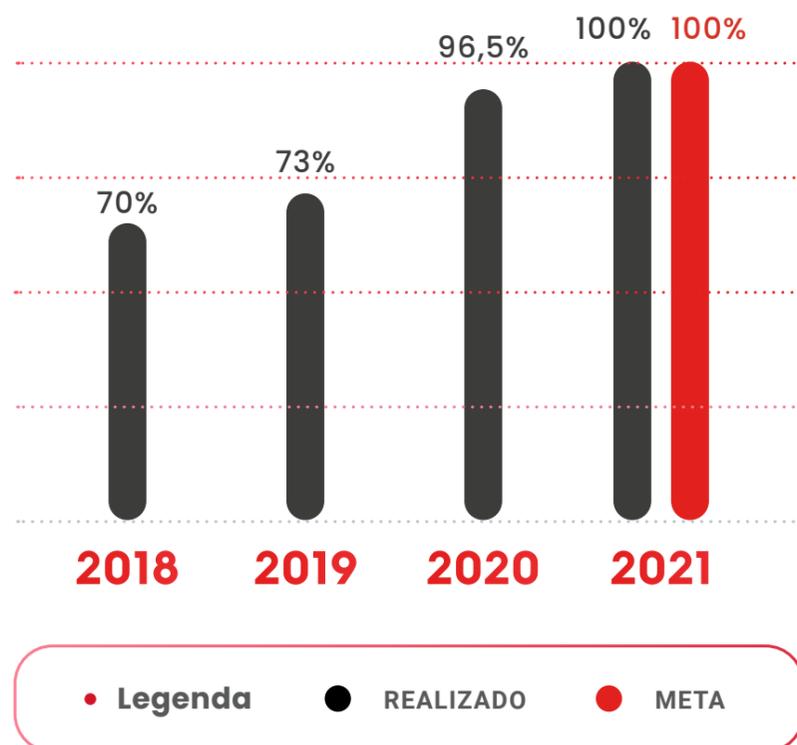
No último ano, 1,5% dos fornecedores foram considerados de baixa gestão ou gestão insuficiente para a sustentabilidade e receberam acompanhamentos especiais. Ao todo, em 2021, auditamos diretamente 75,4% do total dos fornecedores de revenda (*tier 1*), e 56,6% do total dos seus contratados (*tier 2*), sendo que 100% dos nossos fornecedores (*tier 1* e 2) são monitorados dessa e/ou de outras formas no nosso programa de conformidade.

- 
- A** Fornecedores com alta gestão da conformidade socioambiental
  - B** Fornecedores com média gestão da conformidade socioambiental
  - C** Fornecedores com baixa gestão da conformidade socioambiental
  - D** Fornecedores com gestão da conformidade socioambiental insuficiente (saiba mais em gestão de consequências, na pg. 51)

Nosso monitoramento da conformidade é validado por terceira parte, atestando que o nosso Programa é alinhado às melhores práticas internacionais contempladas na ISO 19011:2018 - diretrizes para auditoria de sistemas de gestão e ISO 20400:2017 - diretrizes para compras sustentáveis. Além disso, somos signatários da ABVTEX, do Social & Labor Convergence (SLCP) e da SAC (Sustainable Apparel Coalition), que compõem o nosso Programa de Monitoramento da Cadeia de Fornecimento.

**Alcançamos nosso compromisso público para 2021 de ter 100% da cadeia global de revenda da Renner com certificação socioambiental, garantindo a adoção de melhores práticas amplamente legitimadas.**

● **STATUS: META ALCANÇADA**



Além das auditorias, monitoramos o desempenho dos Fornecedores de Revenda da Renner das cadeias de malha, tecido plano, jeans/sarja, lingerie, linha praia, calçados, bijuterias e acessórios, por meio de uma avaliação mensal, realizada com base no Índice de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF).

O IDGF avalia os fornecedores ativos e com entregas nos pilares de qualidade, logística, comercial e sustentabilidade, identificando os que têm resultados mais críticos, que recebem advertências e devem apresentar planos de ação. O IDGF também é um dos aspectos que influenciam nossa matriz de fornecimento, junto dos aspectos de saúde financeira e conformidade, além da performance dos fornecedores.

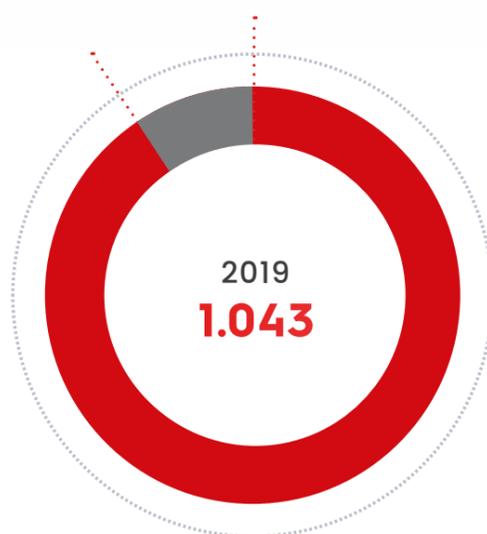
**Com base em 2016, quando o IDGF foi reformulado para os índices atuais de avaliação, os fornecedores já apresentaram uma evolução de 17,3 pontos percentuais até 2021.**



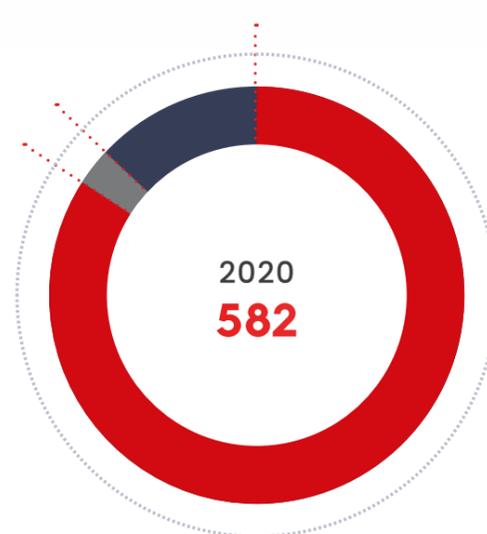
Coleção Re Jeans, produzida em uma das fábricas que utiliza menos água para fabricação das peças.

## ● PLANOS DE AÇÃO ESTABELECIDOS

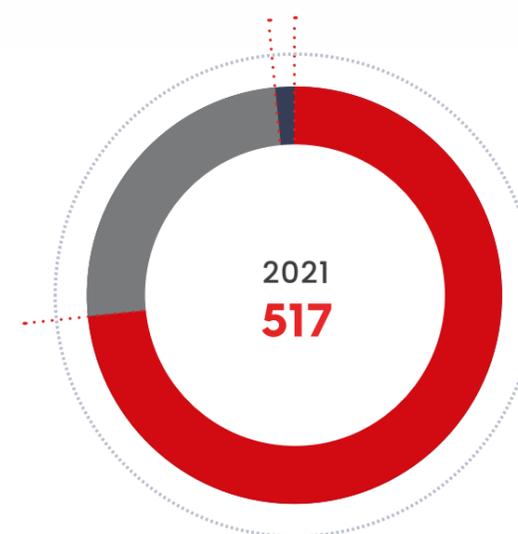
Junto aos fornecedores nacionais e internacionais – *tier 1* – e seus contratados – *tier 2*



**92%** atendidos  
**8%** em andamento



**86,4%** atendidos  
**3,1%** em andamento  
**10,5%** não atendidos e inativados



**73,9%** atendidos  
**25,7%** em andamento  
**0,4%** não atendidos e inativados

### GESTÃO DE CONSEQUÊNCIAS

Em todos os casos em que identificamos não conformidades, solicitamos que a empresa execute um plano de ação, com dois ou três meses para resolução, e acompanhamento presencial, dependendo da criticidade do plano. Se o plano não for cumprido, as empresas são bloqueadas/suspensas, não recebem novos pedidos e estão sujeitas ao descredenciamento da cadeia de fornecimento da Lojas Renner S.A.

Contamos com um Comitê de Fornecimento multidisciplinar, que delibera casos sensíveis relacionados à permanência de fornecedores em nossa cadeia de fornecimento, ou que não atendam os procedimentos e metodologias do Programa de Conformidade.

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

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

A principal não conformidade no ano foi acesso negado aos auditores em fornecedores *tier 2*. Como medida corretiva, realizamos treinamentos *online* ao longo do ano, reforçando nosso procedimento de gestão de consequências, e estimulamos nossos fornecedores *tier 1* a visitarem seus subcontratados e repassarem o *checklist* e processo de auditoria. Em 2021, por meio das auditorias internacionais, identificamos um caso tolerância zero, que ocorreu em uma empresa não declarada ou autorizada a produzir. Como ação, exigimos a regularização imediata e descontinuamos a parceria com as empresas envolvidas.

### ESTRUTURA

Contamos com uma gerência especializada e dedicada, responsável pela gestão da conformidade de fornecedores de revenda, com 20 profissionais, incluindo equipe própria localizada na Ásia, garantindo proximidade dos nossos fornecedores, e uma empresa terceira que apoia a realização das auditorias internacionais. Também realizamos treinamentos anuais, junto às equipes que desenvolvem os produtos e aos times de compras que escolhem os fornecedores, sobre nossos princípios e práticas, para reforçar a importância de levar em conta a classificação de risco de fornecedores.

## FORNECEDORES DE CASA E DECORAÇÃO

Na Camicado, demos início à primeira fase de diagnóstico para a implementação do Programa de conformidade de fornecedores. Realizamos engajamento interno e externo, por meio de *webinar* com fornecedores, e começamos o mapeamento de cadeia e monitoramento por meio da auditoria socioambiental (nacional e internacional), realizada tanto pelo time interno da Renner, como também com parceiros externos.

Durante 2021, auditamos 92 fornecedores, que representam 55% do volume contratado no ano. Para 2022, estamos nos preparando para a segunda fase de consolidação do programa de conformidade Camicado, que irá estabelecer como desenvolvimento do programa para os próximos anos todas as etapas exigidas no Programa de Conformidade Lojas Renner S.A.

## FORNECEDORES ADMINISTRATIVOS

Para os fornecedores de prestação de serviço em nossa Sede Administrativa, além da homologação documental, realizamos homologação funcional, que avalia vínculo e aptidão para o trabalho, frente aos requisitos legais aplicáveis às atividades que irão realizar, somando 198 empresas e 1.494 profissionais avaliados em 2021.

Os fornecedores administrativos dos setores de construção civil, de logística e manutenção, identificados como críticos, também passam por um processo de monitoramento mais aprofundado, onde uma consultoria especializada avalia sua documentação, em relação às práticas e compromissos com:

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

Neste contexto, monitoramos 167 fornecedores em 2021. Ainda, nos fornecedores de construção civil e seus subcontratados, fazemos visitas técnicas, através de consultoria especializada, nos canteiros de obras e alojamentos. As vistorias são orientadas por um *checklist*, acontecem sem agendamento prévio e preveem entrevistas com trabalhadores, a fim de captar a percepção da rotina de trabalho. Ao todo, foram 35 obras auditadas em 2021, o que representa 81% do total de obras realizadas e nove alojamentos, o equivalente a 100% das obras com alojamentos. O monitoramento identificou 94,5% de conformidade nas obras auditadas e 96% de conformidade nos alojamentos auditados.

Neste mesmo grupo de fornecedores de construção civil (construtoras, gerenciadoras e projetistas), acompanhamos seu desempenho através do IDGF (Índice de Desempenho Global de Fornecedores) em três pilares (área de negócio, conformidade e comercial). Em 2021, incluímos a pauta socioambiental de forma estruturada no programa e, a partir de 2022, os parceiros serão avaliados em relação à sua maturidade nestes quesitos, dentro do pilar conformidade. A classificação do fornecedor apoia tanto o time do Compras quanto a área de negócio no que diz respeito a tomada de decisão em relação a novas contratações ou descontinuidade do fornecedor.



Loja da Camicado, no shopping Ibirapuera.

# inteligência de dados e transparência

## ● modelo preditivo

Em 2021, trabalhamos na automatização e na análise de dados para alavancar nossos processos de predição de riscos, dar eficiência às auditorias na cadeia de fornecedores e apoiar a tomada de decisão para compras mais responsáveis.

Com o uso de inteligência artificial, *machine learning* e *business intelligence*, analisamos os dados históricos das auditorias para entender as correlações entre as não conformidades e as reincidências por perfil de empresa, tipo de processo produtivo e região, apontando os maiores riscos potenciais. Para priorizar o monitoramento da cadeia de fornecedores e ter uma atuação mais assertiva, consideramos os eixos de risco da empresa<sup>3</sup> e relevância para nossos negócios<sup>4</sup>, classificando em quadrantes que definem nossa forma de monitoramento (rotina e formato das auditorias).

Assim, avançamos para um modelo preditivo, de onde e quando uma não conformidade irá acontecer, aumentando a visibilidade de riscos e vulnerabilidades, reduzindo o volume de auditorias realizadas e tendo maior disponibilidade para ir além da conformidade legal, aumentando o nível de gestão e promovendo a melhoria do desempenho socioambiental de nossa cadeia. Entre 2018 e 2021, com o apoio de inteligência de dados, conseguimos obter mais informações de maneira automatizada, aumentando a assertividade das auditorias presenciais e promovendo a evolução da gestão e desempenho socioambiental de nossa cadeia. Além disso, reduzimos o custo médio por auditoria, e com isso dobramos a eficiência do processo sem afetar nossa gestão de risco.

## ● AVANÇOS DO NOSSO MODELO DE MONITORAMENTO



## ● rastreabilidade digital

Continuamos avançando no uso da tecnologia *blockchain* na cadeia de fornecimento, buscando a rastreabilidade desde a concepção da matéria-prima até o produto final. Em 2021, ingressamos no Programa SouABR – Algodão Brasileiro Responsável, em parceria com a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa) e outras marcas. O Programa é a primeira iniciativa de rastreabilidade em larga escala da cadeia têxtil nacional, e permite rastrear o algodão usado nas peças até a sua propriedade de origem, garantindo, por meio da certificação Algodão Brasileiro Responsável, a adoção de boas práticas socioambientais em toda a cadeia, até o produto acabado.

Por meio do *blockchain*, as informações sobre o caminho percorrido pelo algodão ficam digitalizadas, acessíveis e auditáveis, dando confiabilidade à certificação, que analisa 178 itens de verificação, distribuídos em oito critérios: contrato de trabalho; proibição do trabalho infantil; proibição de trabalho análogo a escravo ou em condições degradantes ou indignas; liberdade de associação sindical; proibição de discriminação de pessoas; segurança; saúde ocupacional; meio ambiente do trabalho; desempenho ambiental e boas práticas.

<sup>3</sup> O histórico de auditorias, o local em que a empresa se encontra (país e região), o segmento de fornecimento, o tipo de atividade, outras certificações que ele possa ter que contribuam para mitigar o risco, avaliação financeira, entre outros dados disponíveis.

<sup>4</sup> Volume de peças, quantidade de pedidos, participação do conselho de fornecedores ou outros projetos.

# qualificação

Queremos ir além da gestão de riscos e de conformidade e maximizar nosso potencial de impacto positivo na cadeia têxtil, apoiando o desenvolvimento dos Fornecedores de Revenda e, consequentemente, do setor. Conheça, a seguir, os principais programas nesse sentido.

## ● estímulo ao desenvolvimento local

Na Renner, 67% dos fornecedores *tier 1* e 96,9% dos nossos fornecedores *tier 2* estão no Brasil, onde temos a maior parte da nossa operação, sendo 47,5% localizados em Santa Catarina e São Paulo, estados com tradição na indústria têxtil e onde ficam dois dos nossos CDs. Com essa concentração, temos relações muito próximas, potencializando a colaboração em ações de melhoria de desempenho e facilitando a criação de projetos de inovação.

Conheça em nosso *site* a lista de fornecedores de revenda e de fornecedores de matéria-prima: <https://bit.ly/2Ob3frL> e <https://bit.ly/3er2Ewl>

Outra frente relevante de geração de valor na cadeia é o apoio financeiro aos fornecedores. Em 2021, pelo 6º ano consecutivo, mantivemos a operação de financiamento junto ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), neste ano marcado pela superação dos desafios impostos pela Covid-19 aos nossos Fornecedores de Revenda. Ao todo, foram feitas operações de financiamento, que destinaram R\$ 87 milhões a 19 empresas da cadeia da Renner. Nos seis anos do projeto, já foram financiados cerca de R\$ 180 milhões.

## ● qualificação dos fornecedores de revenda

Entendemos que, em nossa estratégia de Gestão de Conformidade de Revenda, o pilar de qualificação é fundamental para criar a base necessária para alavancarmos a cadeia em performance socioambiental. Acreditamos que fornecedores orientados e cientes do impacto de sua atuação, conseguem mitigar e controlar os riscos de sua operação e melhorar seu desempenho.

Em 2021, trabalhamos para que nossa cadeia atingisse níveis de performance, ou seja, que atendessem aos requisitos avançados, indo além dos obrigatórios de nosso *checklist* de conformidade, monitorado durante as auditorias.

Além disso, desenvolvemos várias iniciativas que apoiam o desenvolvimento, a qualificação, a excelência e o avanço nas práticas de sustentabilidade da cadeia de fornecedores:

## UNIVERSIDADE RENNER (UR) PARA FORNECEDORES

Em 2019, passamos a disponibilizar acesso à UR aos nossos fornecedores, em caráter piloto, estendendo aos parceiros conteúdos relevantes para aprendizado e desenvolvimento em temas estratégicos ao negócio e cadeia. Em 2021, ampliamos o acesso e contamos com 135 empresas inscritas na UR, melhorando e aprofundando a experiência do fornecedor nos temas que ele tem dúvidas ou precisa entender, como parte de sua permanência no negócio da Companhia. A ferramenta foi fundamental para a jornada intensa de treinamentos voltados à promoção da sustentabilidade, como parte do Produção + Limpa 4.0 (saiba mais na pg. 78).

## PROGRAMA DE ACELERAÇÃO EM CONFORMIDADE (PAC)

Em 2021, lançamos o PAC, em que oferecemos consultoria aos fornecedores de revenda da Renner identificados no processo de auditoria com necessidade de melhorar seu desempenho em gestão da conformidade. Com etapas de diagnóstico e plano de ação, construídas junto do fornecedor e nossos especialistas, aceleramos o avanço das práticas do fornecedor para garantir sua conformidade. Desde o lançamento do PAC, aceleramos 12 fornecedores, em dois ciclos, que tiveram duração de um semestre, com acompanhamento em fábrica.

### PROGRAMA ENCADEAMENTO PRODUTIVO

Em parceria com o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), desde 2017, promovemos o desenvolvimento das empresas contratadas pelos fornecedores de revenda da Renner em quatro fases: sensibilização, diagnóstico, capacitação e consultoria. Em 2021, 121 empresas foram envolvidas no programa e estamos pilotando com sete empresas a implementação de um novo módulo no programa de gestão de químicos. **Desde 2017, já capacitamos mais de 300 micro e pequenas empresas.**

### PROGRAMA DE MELHORIA CONTÍNUA (PMC)

Em 2021, pelo 9º ano consecutivo, o PMC manteve o foco em apoiar o fluxo de caixa das empresas, suprimindo necessidades financeiras com linhas de antecipação de curto e médio prazo para os fornecedores de revenda nacionais da Renner, conforme análises realizadas com a cadeia. As iniciativas proporcionaram a sustentabilidade e garantiram a perenidade dos negócios ao longo do ano.

### PROGRAMA DE EXCELÊNCIA RENNER (PER)

Busca promover e incentivar o desenvolvimento e a inovação na cadeia de fornecedores de revenda da Renner, reconhecendo as empresas que se destacam em Qualidade, Sustentabilidade, Eficiência, Cooperação e Inovação na Convenção de Fornecedores. Em 2021, mais de 200 empresas participaram do programa, sendo reconhecidas nove empresas destaque por categoria e o destaque do ano.

Criamos no ano o Tira Dúvidas, que proporciona momentos de troca do nosso time com os fornecedores de revenda da Renner sobre temas que os mesmos propõem, aprimorando nosso alinhamento estratégico. Foram sete edições no ano.

### ● salário justo

Em 2021, alcançamos o monitoramento de salário justo em 100% da cadeia de Fornecedores de Revenda nacionais da Renner (*tier 1 e 2*). O processo de análise segue sendo atualizado como parte das auditorias de rotina. Conheça mais detalhes sobre a metodologia no Relatório 2020, pg. 71: <https://bit.ly/3HTr65D>

O monitoramento da conformidade (saiba mais na pg. 49) apoia a garantia de que nossa cadeia de fornecedores esteja de acordo com as leis trabalhistas, incluindo os direitos relacionados à remuneração, à liberdade sindical e à negociação coletiva.

Além disso, acreditamos que ter práticas responsáveis, desde a compra, também é fundamental para apoiar a sustentabilidade de nossa rede de fornecedores e a geração de valor para seus públicos. Por isso, temos diretrizes para o relacionamento com os fornecedores sobre clareza nas negociações, relação de parceria com o fornecedor, respeito aos prazos de produção, considerando a capacidade produtiva de cada fornecedor e a geração de condições adequadas para o pagamento de salários justos.

Contamos com um grupo de trabalho com times de Produto, Compras, Estilo e Planejamento, conduzido pelas áreas de Sustentabilidade e Gestão de Fornecedores, para debater as nossas principais frentes de avanço em compras responsáveis, orientado pelo pelos sete princípios de Compras Responsáveis do Better Buying. Os princípios priorizados em 2021 foram planejamento e previsão, custos e negociação, e o grupo debateu avanços para dar maior visibilidade aos fornecedores sobre as etapas de desenvolvimento de produto e produção dos pedidos e maior previsibilidade de fornecimento.

**Segundo pesquisa de satisfação de fornecedores de 2021, 96% dos respondentes concordam total ou parcialmente que as negociações são conduzidas de maneira justa.**

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

# comunidades

56

Há treze anos, o Instituto Lojas Renner faz a gestão do nosso investimento social privado, direcionado a iniciativas que transformam vidas e comunidades de mulheres por meio da moda.

**Ao todo, investimos R\$ 7,0 milhões nos projetos apoiados no ano, sendo 60% com recursos próprios, que beneficiaram mais de 8 mil pessoas.**

Conheça, a seguir, os principais projetos apoiados e acesse o *site* e o relatório anual do Instituto para saber mais: [www.institutolojasrenner.org.br](http://www.institutolojasrenner.org.br)



Agricultora apoiada pelo Instituto Lojas Renner no programa Tecendo Autonomia.

## algodão agroecológico

Impulsionar o empoderamento feminino na cadeia responsável da moda, por meio da produção de algodão agroecológico, faz parte do guarda-chuva do programa Tecendo Autonomia, e é resultado da jornada que iniciamos em 2017. Em 2021, atuamos no apoio a pequenos agricultores, em comunidades de Minas Gerais e Ceará, e em sua integração à nossa cadeia de fornecedores.

Desde quando começou, o projeto Tecendo Autonomia já beneficiou cerca de 300 famílias e gerou 11,2 toneladas de algodão agroecológico, material incorporado na cadeia produtiva das peças menos impactantes disponibilizadas em coleções especiais da Renner, que recebem o selo Re Moda Responsável.

# mulheres no ecossistema da moda

Nessa frente, apoiamos projetos voltados a capacitar mulheres e pequenos empreendimentos que beneficiem mulheres de baixa renda, ou em situação de vulnerabilidade, para preparação ao trabalho ou evolução de seus negócios para canais digitais. Conheça a seguir os principais projetos apoiados.

## **TECENDO SONHOS**

Desenvolvimento e formalização profissional de microempreendedores migrantes, em São Paulo, com capacitações e mentorias para 19 oficinas de costura nas áreas de logística, comercialização, desenvolvimento humano e financeiro, além de assessoria jurídica e contábil, buscando que, em 2023, estejam preparadas para formar a primeira associação de migrantes do varejo de moda nacional.

## **MESTRAS DO BARRO**

Desenvolvimento e geração de renda ao coletivo de artesãs de comunidades vinculadas ao projeto Mestras do Barro, iniciativa da Camicado, realizando oficinas de qualificação em artesanato em barro.

## **EMPODERANDO REFUGIADAS**

Capacitação e encaminhamento para o mercado de trabalho de mais de 300 refugiadas, desde 2016, com cerca de 100 contratadas pela Lojas Renner S.A. Hoje, nossas principais frentes de atuação de empoderamento às mulheres refugiadas são: Escola de Costura, MSG LAB e Varejo Plural.

### **ESCOLA DE COSTURA**

Capacitação em costura básica para 40 venezuelanos e migrantes de países vizinhos, em sua maioria mulheres, em Criciúma e Blumenau (SC), conectando esses profissionais ao mercado, atendendo às demandas dos nossos fornecedores.

### **MSG LAB**

Oferecemos qualificação profissional em costura industrial para 160 venezuelanas e migrantes de países vizinhos ao Brasil em situação de vulnerabilidade e as conectamos ao aplicativo SOS Costura, que oferece reparo e customização de peças, apoiando sua empregabilidade e contribuindo para o aumento do ciclo de vida.

### **VAREJO PLURAL**

Capacitação de grupos minorizados para inclusão socioeconômica no varejo e, assim, um varejo mais inclusivo, diverso e plural. Em 2021, capacitamos 52 pessoas, sendo que 28 passaram a atuar em nossa loja circular (saiba mais na pg. 69) e outras 19 ingressaram no mercado de trabalho.

## **LIBERTEES**

Apoiamos o negócio social, em Belo Horizonte, que tem como missão proporcionar, às mulheres em privação de liberdade, a oportunidade de ressignificar a própria trajetória e resgatar sua autoestima por meio da moda.

## **CASA 1**

Com a mobilização das marcas Renner, Ashua e Youcom, direcionamos R\$ 140 mil, em prol da Casa 1, que acolhe pessoas LGBTQIA+ e atua na capacitação profissional da comunidade em diferentes frentes.

## desenvolvimento de lideranças comunitárias

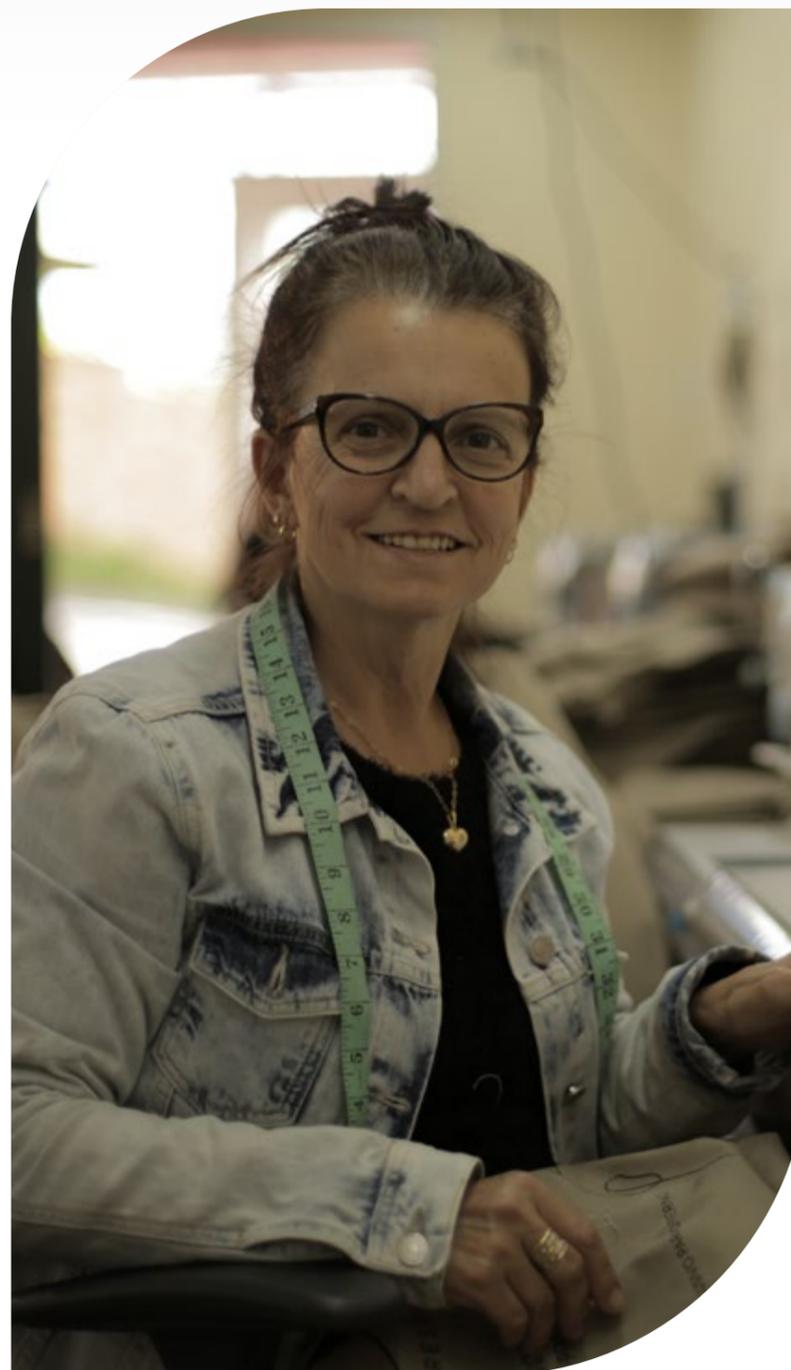
Nessa frente, buscamos promover estratégias que estimulem a criação de ambiente comunitário fértil para o protagonismo feminino, por meio do desenvolvimento de lideranças de projetos sociais e esportivos em comunidades.

### ELAS AVANÇAM

Em 2021, lançamos uma página *online* para inscrições contínuas de projetos que sejam aprovados pela Lei de Incentivo ao Esporte e nos Fundos do Idoso e para a Infância e Adolescência e fomentem o empoderamento feminino ou contribuam, de forma direta e/ou indireta, para a construção de um ambiente fértil para o seu protagonismo. Neste primeiro ano, já temos alguns cases de sucesso, como o Floripa Apps, que oferece capacitações *online* e gratuitas em tecnologia e desenvolvimento para alunas da rede pública de Florianópolis (SC).

### APRENDIZ RE

Criamos uma turma de jovens aprendizes Re, com a participação de voluntários da Renner, e oferecemos formação para acelerar o desenvolvimento desses jovens, envolvendo temas como Circularidade, Diversidade, Sustentabilidade e Impacto Social.



Costureira da Cooperativa Novos Horizontes, projeto apoiado pelo Instituto Lojas Renner.

## combate à covid-19

Em 2021, seguimos atuando para apoiar o sistema de saúde e comunidades em situação de vulnerabilidade, por meio de doações, articulação de recursos e parcerias institucionais que multipliquem o impacto social, frente que recebeu o maior volume do montante arrecadado pelo Instituto Lojas Renner pelo segundo ano consecutivo.

Investimos R\$ 2,4 milhões em ações de combate à Covid-19, como a construção da nova fábrica do Instituto Butantan, voltada a ampliar a produção da vacina, apoio à construção de usinas de oxigênio e envio de carretas de oxigênio para o Amazonas, participação no Unidos pela Vacina, programa criado pelo Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV) para acelerar a imunização, doação de equipamentos a instituições de saúde e doação de cartões de alimentação para famílias em vulnerabilidade.

## engajamento

Buscamos engajar colaboradores, clientes e sociedade aos projetos e causas apoiadas pelo Instituto Lojas Renner. Em 2021, o Movimento Todas Avancam Juntas arrecadou R\$ 4,7 milhões, e envolveu, pela primeira vez, todas as marcas – Renner, Youcom, Ashua e Camicado. Além disso, criamos ações de incentivo a doações:

### TROCO “UMA EMPODERA MUITAS”

Desde outubro, nas lojas físicas da Renner e da Ashua no Brasil, o cliente que fizer compras e pagamento de faturas em dinheiro tem a opção de doar o restante do troco para o Instituto Lojas Renner.

### DOAÇÃO RECORRENTE DE SALÁRIO

Implementamos uma ferramenta na Intranet da Lojas Renner S.A. que permite que os colaboradores optem por realizar doações recorrentes ou avulsas para o Instituto Lojas Renner, por meio do desconto em folha.

### DOAÇÃO RECORRENTE POR CARTÃO

Qualquer pessoa pode acessar o *site* do Instituto, no menu “DOE JÁ”, e realizar doações recorrentes ou avulsas à causa do empoderamento de mulheres por meio da moda. Acesse em: <https://bit.ly/3gU4tIX>



A Sacola do Bem, pela qual são enviadas as peças para venda no Repassa.

### ESTILO SOLIDÁRIO

Engajamos colaboradores para doação de até 6% de seu imposto de renda devido aos projetos já validados e apoiados pelo Instituto Lojas Renner, arrecadando R\$ 42 mil em 2021. Acesse em: <https://bit.ly/3rG5rs0>

### REPASSA

Os clientes que vendem suas peças usadas na plataforma Repassa, da Lojas Renner S.A., podem doar parte das suas vendas para o Instituto Lojas Renner. Saiba mais em: <https://bit.ly/3LiGtXo>

## convênio sebrae

Em 2021, formulamos o maior projeto da história do Instituto Lojas Renner, que viabilizará a realização de mais de 9 mil atendimentos, com um investimento de R\$ 3,2 milhões, duração de 24 meses e um escopo que abrange diferentes etapas de uma cadeia produtiva, apresentadas a seguir.

**Agricultura:** desenvolver e qualificar a produção local e estimular a cadeia do algodão orgânico, fornecendo conhecimento sobre capacidades tecnológicas e novos modelos de negócios, contribuindo com as comunidades de Minas Gerais, Paraíba e Ceará, apoiadas pelo nosso projeto Tecendo Autonomia. Serão mais de 200 famílias acompanhadas até o final de 2023, resultando na concretização de duas safras de algodão.

**Varejo:** cursos *online* gratuitos, com foco na venda de produtos por meio de canais digitais, às beneficiadas pelo nosso projeto Empreendedoras da Moda, seleção de 90 empreendedoras que irão passar por um processo de mentoria especializada com profissionais de diferentes áreas da Lojas Renner S.A. e, ao final, entre 20 e 30 empreendedoras passarão por um programa de aceleração, tendo a possibilidade de comercializar seus produtos em canais digitais e receber uma orientação completa para acessar os grandes canais de varejo, incluindo a chance de venda no *marketplace* da Renner e da Camicado.

**Indústria:** estimular 20 estilistas empreendedores de marcas de moda autoral brasileira a desenvolverem práticas sustentáveis de produção e de gestão, com um programa de aceleração customizado.

# clientes

## engajamento

### ● comunicação

Acreditamos que, além de oferecer linhas de produtos menos impactantes (saiba mais na pg. 75), é preciso informar e conscientizar nossos clientes sobre o processo produtivo dessas peças e seus diferenciais, empoderando suas escolhas e estimulando hábitos de consumo e uso mais sustentáveis. Levamos os conceitos de sustentabilidade à sociedade em nosso blog Estilo Renner, mostrando sua importância e engajando a todos para um consumo mais sustentável, com conteúdo sobre comportamentos responsáveis e padrões de consumo que contribuem para a preservação do meio ambiente e o respeito com as pessoas.

### ● produtos

Desde 2018, também usamos o selo Re Moda Responsável para os produtos da Renner e, em 2020, o selo YC Change para os produtos Youcom, que simbolizam nosso jeito de pensar e praticar a sustentabilidade e identificam nossos produtos, serviços e iniciativas que trazem atributos e processos produtivos mais sustentáveis (saiba mais na pg. 78).

Em 2021, levamos aos nossos clientes Renner 81,3% dos produtos de vestuário lançados com Selo Re e 38,9% dos produtos Youcom com o selo YC Change e lançamos coleções especiais de produtos com causa, conectadas aos projetos apoiados pelo Instituto Lojas Renner (saiba mais na pg. 56).



Móvel EcoEstilo na loja circular da Renner no shopping Rio Sul (RJ).

Também reforçamos expressivamente a comunicação e o engajamento sobre sustentabilidade e moda responsável aos nossos clientes:

- Fizemos a primeira campanha do Selo Re na Argentina e Uruguai.
- Criamos locuções sobre o Selo Re, que são reproduzidas em todas as lojas no Brasil e América Latina.
- Passamos a usar materiais explicativos de comunicação visual nas lojas, identificando coleções com o Selo Re.
- Intensificamos parcerias com *influencers* para falar sobre o tema.
- Criamos uma página exclusiva sobre sustentabilidade no *e-commerce* e um menu do Selo Re no nosso Blog Estilo Renner, reunindo todas as comunicações sobre o tema, com fácil acesso e destaque.

## ● patrocínios

Em 2021, destinamos R\$ 3,0 milhões a patrocínios institucionais, a maioria ligado a iniciativas culturais, como o Masp, a bienal e o Instituto Tomie Othake, e ao apoio à construção de uma moda mais responsável, patrocinando iniciativas relevantes para a sustentabilidade do setor:

- 5ª edição do Brasil Eco Fashion Week (BEFW): maior encontro de moda e sustentabilidade da América Latina, em que participamos dos painéis: três anos de Selo Re (pg. 60), coleção de calçados sustentáveis em parceria com a Insecta (pg. 77), projeto de plantio de algodão de agrofloresta (pg. 77) e loja circular (pg. 69).
- Conferência Brasil Verde Estadão: evento que reuniu representantes de diversas empresas debatendo e trocando sobre boas práticas ESG.
- Fórum da Liberdade do Instituto de Estudos Empresariais (IEE): maior espaço de debate político, econômico e social da América, o evento proporciona debates entre grandes palestrantes e fomenta alternativas objetivas e viáveis para equacionar os problemas do Brasil e da América Latina.
- Congresso Internacional ABIT: encontro de representantes da cadeia produtiva têxtil e de confecção para debater os caminhos para uma indústria com cada vez mais inovação, *design*, tecnologia, sustentabilidade e *compliance*.



Ação do projeto Renner Cultural no MASP em São Paulo.

## responsabilidade

Temos o compromisso com uma oferta responsável de nossos produtos e serviços, principalmente em relação aos financeiros, da Realize, visando fornecer informações claras sobre o que está sendo oferecido ou contratado para uma venda ética e responsável, apoiando, de maneira saudável e sustentável, a capacidade financeira de nossos clientes.

Além de observar os princípios definidos no Código de Conduta, também observamos o respeito a todas as legislações, regulamentações e orientações do Banco Central do Brasil (Bacen) e os códigos de autorregulação da AB ECS (Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços) e ACREFI (Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimento), às quais somos voluntariamente associados.

Oferecemos treinamento a todos os colaboradores de loja que vendem produtos financeiros sobre os atributos e características de cada um deles, fornecendo o conhecimento necessário para uma venda alinhada à nossa proposta de valor e, duas vezes por ano, treinamentos de reciclagem, garantindo uma oferta ética e transparente, identificando a necessidade do cliente e apresentando as condições de venda, com clareza e objetividade. Também aplicamos anualmente o treinamento Acelera, em 100% das lojas do Brasil, para reforçar orientações sobre qualidade da venda e processos e alinhamentos diversos.

### MONITORAMENTO

Contamos com um processo de avaliação da satisfação do cliente em que, por meio de ligações, avaliamos se o cliente sabia da contratação dos produtos financeiros e se foi informado sobre todas as condições. Também monitoramos o Canal de Denúncias, a Ouvidoria, o Reclame Aqui e as redes sociais da Companhia para identificar casos de não conformidade.

Quando constatadas práticas que levaram o cliente ao erro, a área de Qualidade investiga o caso, a área de prevenção de perdas investiga o histórico de vendas do colaborador e, se identificado ato contrário aos princípios deliberadamente, o colaborador envolvido fica desclassificado das campanhas de vendas que geram bonificação. Nossa campanha de incentivos prevê no regulamento a importância da venda com qualidade e penalizações em caso de não conformidades identificadas nas monitorias realizadas pela área de qualidade.

Casos gerados por erros de entendimento geram ações específicas de treinamento. Se for identificada loja ou regional ofensora, com vários casos de não conformidade, são realizados treinamentos intensivos para corrigir desvios.

### COMUNICAÇÃO

Em 2021, não identificamos nenhuma não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos às comunicações de Marketing, tanto institucionais quanto de varejo. Nosso compromisso também abrange proteger públicos mais vulneráveis nas ações de marketing (ex: crianças, pessoas que não entendem termos técnicos do setor, etc.), não promover desinformação ou induzir ao erro sobre nossos concorrentes e não superestimar nossas ações socioambientais.

## encantamento

Encantar clientes faz parte da nossa essência: é um dos nossos valores e nossa razão de existir. Há mais de 20 anos, fomos pioneiros com a criação do Encantômetro, que mensura a experiência de compra dos clientes na porta de cada loja da Renner – um diferencial da Empresa no mercado de varejo de moda. Em 2021, alcançamos 91,3% de clientes muito satisfeitos, superando a meta de 88% e 4 p.p. acima do ano anterior, 7,8% de satisfeitos e apenas 0,9% de insatisfeitos.

**Em 2021, também passamos a analisar a percepção dos clientes em relação à sustentabilidade, alcançando 48% de clientes promotores (notas 9 e 10 de recomendação da Renner como uma marca sustentável), 10 p.p. a mais que em 2020.**

No ano, conquistamos o 1º lugar do setor no prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços de Atendimento ao Cliente e, também, o 1º lugar do setor no Prêmio Reclame Aqui.

capitais



ods



# AMBIENTAL

# 05

Buscamos mitigar os impactos ambientais do negócio a partir de uma **operação ecoeficiente e da oferta de produtos e serviços mais sustentáveis.**

GRI 3-3, 301-2, 302-1, 302-3, 302-4, 302-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 306-2, TCFD, SASB CG-AA-440a.2, SASB CG-AA-250a.1, CG-AA-250a.2, CG-AA-430a.2, CG-AA-440a.1 TCFD



# combate às mudanças climáticas

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

## mitigação

**Seguimos reduzindo as emissões do negócio continuamente. Em 2018, havíamos assumido o compromisso público de, até 2021, reduzir em 20% as emissões corporativas absolutas de CO<sub>2</sub> frente ao ano base 2017, patamar superado com o alcance de 35,4% de redução<sup>1</sup>.**

<sup>1</sup> Considerando escopos 1, 2 (abordagem por escolha de compra) e 3 e comparando os totais de abordagem por localização em 2017 e abordagem por escolha de compra em 2021.

Buscamos alcançar esse objetivo trabalhando tanto nos ganhos de eficiência energética em nossa operação própria e logística (saiba mais na pg. 68).

Em 2021, o volume absoluto de emissões aumentou frente a 2020, por conta da retomada das operações após paralizações e reduções expressivas no ano anterior, decorrentes da pandemia. Se comparado a 2019, ano com operação normalizada e mais comparável, alcançamos redução nas emissões absolutas e na intensidade, como apresentado a seguir.

Conheça nossos inventários:  
<https://bit.ly/3wogkBz>

### ● STATUS: META ALCANÇADA\*

● Legenda

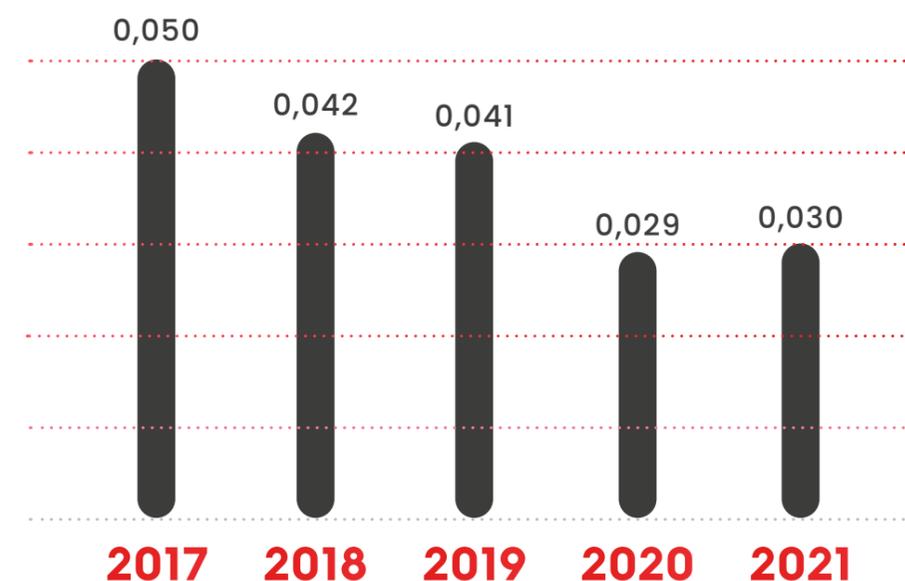
● META

● REALIZADO



\* Considerando escopos 1, 2 (abordagem por escolha de compra) e 3 e comparando os totais de abordagem por localização em 2017 e abordagem por escolha de compra em 2021.

### ● INTENSIDADE DE EMISSÕES (tCO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup> DA ÁREA CONSTRUÍDA)



Desde 2017, usamos duas abordagens para o cálculo das emissões de escopo:

A abordagem de localização se baseia em mapear as 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). A abordagem de escolha de compra usa um fator de emissão específico associado a cada fonte de geração de eletricidade que a Companhia escolheu adquirir e consumir. O compromisso público assumido considera o dado de abordagem de localização.

Fonte de emissão de GEEs (tCO <sub>2</sub> e)	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Emissão escopo 1</b>					
Combustão estacionária	137,3	97,0	103,5	148,4	236,2
Fontes móveis	21,2	11,6	6,7	0,9	3,0
Equipamentos de refrigeração/ar condicionado	5.474,4	3.234,7	3.324,8	4.760,4	4.740,4
<b>Total escopo 1</b>	<b>5.632,8</b>	<b>3.343,3</b>	<b>3.435,0</b>	<b>4.909,7</b>	<b>4.979,5</b>
<b>Emissão escopo 2</b>					
Eletricidade comprada e consumida (localização)	17.883,2	13.091,8	13.528,5	10.262,1	23.055,3
Eletricidade comprada e consumida (escolha de compra)	12.704,1	8.585,5	7.764,7	2.980,9	0,0
<b>Total escopo 2 (localização)</b>	<b>17.883,2</b>	<b>13.091,8</b>	<b>13.528,5</b>	<b>10.262,1</b>	<b>23.055,3</b>
<b>Total escopo 2 (escolha de compra)</b>	<b>ND</b>	<b>8.585,5</b>	<b>7.764,7</b>	<b>2.980,9</b>	<b>-</b>
<b>Emissão escopo 3</b>					
Resíduos sólidos	489,5	223,6	209,4	95,1	264,3
Viagens a negócios	2.967,7	1.838,3	3.413,8	357,7	596,8
Transporte e distribuição ( <i>upstream</i> )	16.944,3	20.562,5	22.013,9	19.436,3	22.522,5
<b>Total escopo 3</b>	<b>20.401,5</b>	<b>22.624,3</b>	<b>25.637,0</b>	<b>19.889,2</b>	<b>23.383,6</b>
<b>Total das emissões</b> (em toneladas de CO <sub>2</sub> e) - considerando escopo 2 pela abordagem de localização	<b>43.917,6</b>	<b>39.059,4</b>	<b>42.600,5</b>	<b>35.061,0</b>	<b>51.418,4</b>
<b>Total das emissões</b> (em toneladas de CO <sub>2</sub> e) - considerando escopo 2 pela abordagem de escolha da compra	<b>38.738,5</b>	<b>34.553,1</b>	<b>36.836,7</b>	<b>27.779,7</b>	<b>28.363,1</b>
Intensidade de emissões (tCO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup> da área construída)	<b>0,050</b>	<b>0,042</b>	<b>0,041</b>	<b>0,029</b>	<b>0,030</b>

## compensação e biodiversidade

Colocamos em prática nosso compromisso com a preservação da biodiversidade e dos ecossistemas e com o combate ao desmatamento em toda a nossa cadeia em diversas frentes.

**Matérias-primas:** o algodão e a viscose, as duas principais matérias-primas usadas na fabricação de nossos produtos, devem ter certificação que ateste boas práticas socioambientais inclusive relacionadas à preservação da biodiversidade. Em 2021, alcançamos 99,15% do algodão e 93,1% da viscose certificados (saiba mais na pg. 75).

**Apoio a projetos de conversação e restauração:** Em 2021, no âmbito da compensação das nossas emissões, apoiamos o REDD+ Jari/Amapá, que promove a conservação florestal e da biodiversidade, protegendo 65.980 hectares e promovendo o manejo florestal em área de 121 mil hectares. O outro projeto de compensação apoiado promove o reúso de águas industriais, diminuindo o consumo de água e liberação do metano, além de gerar empregos.

Também seguimos investindo no projeto de plantio de algodão pelos princípios de regeneração de agrofloresta, apoiando a biodiversidade e apoiamos, desde 2018, o projeto de Restauração Florestal Voluntária, que promove o adensamento florestal na região da Mantiqueira para preservação da flora e fauna locais e, ainda, contribui com a regulação da disponibilidade hídrica e da qualidade de água em uma área em que encontram-se 13 nascentes das importantes bacias hidrográficas Rio Grande e Rio Jaguari.

Em relação à atuação em áreas de stress hídrico, temos fornecedores com processo molhado em cinco estados nessa condição: Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso do Sul e Mato Grosso. Para apoiar a gestão hídrica responsável, contamos com o Programa Produção + Limpa (saiba mais na pg. 78)

## NOSSO COMPROMISSO PARA TRANSIÇÃO DE ECONOMIA DE BAIXO CARBONO

Em 2021, submetemos à Science Based Targets Initiative (SBTi) nossa meta de redução de emissões referente ao escopo 1, 2 e 3 para 2030, que foi aprovada, e lançamos nosso compromisso Net Zero 2050.

Temos metas que envolvem a aceleração das mudanças em nosso modelo de negócio, para uma moda mais responsável.

Nosso principal desafio na transição para uma economia de baixo carbono está vinculado à redução das emissões da cadeia de valor nas próximas décadas. Realizamos nosso inventário de emissões desde 2010, mas ele ainda não incluía algumas categorias significativas (bens e serviços, *e-commerce* e deslocamento de colaboradores) do escopo 3 (cadeia), da qual a categoria bens e serviços representam 84% das nossas emissões. Com a inclusão desse escopo, nossas emissões totais aumentam cerca de 10 vezes\*.

\* Valores referentes ao ano de 2019.



Por isso, nosso Plano Estratégico de Redução de Emissões prevê esforços para fomentar cada vez mais o uso de matérias primas mais sustentáveis, a promoção de avanços significativos na cadeia, além de nossa própria operação, por meio de ações como as apresentadas abaixo:

Principais frentes do plano de mitigação das emissões

### Na cadeia de fornecedores:

- Transição para uso de energia renovável de baixo impacto na cadeia de fornecimento.
- Eficiência energética na cadeia de fornecimento.
- Dar continuidade e ampliar o uso de matérias-primas menos impactantes.

### Na operação:

- Continuar com uso de energia renovável de baixo impacto.
- Trabalhar com equipamentos mais eficientes e fluídos refrigerantes com menor GWP.
- Promover ganhos contínuos de eficiência logística.

Os resultados e avanços da nossa jornada nos últimos anos nos impulsionam a nos comprometer em busca do NET ZERO (2050). Conheça a seguir os principais avanços para mitigação das emissões e adaptação às mudanças climáticas.

\*\* Meta alinhada com cenário alvo muito abaixo de 2°C.

\*\*\* Estamos comprometidos com a busca por ser NET Zero até 2050, mas essa meta ainda não foi submetida à aprovação da SBTi.

## melhores práticas

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

### DESDE 2010

- Nos mantemos no Índice Carbono Eficiente (ICO<sub>2</sub>) da B3.

### DESDE 2014

- Realizamos a publicação do nosso inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE) com verificação por terceira parte e selo *Gold* do programa brasileiro GHG Protocol. Conheça todo o inventários no *link*: <https://bit.ly/3uRblbP>
- Respondemos voluntariamente ao questionário do Carbon Disclosure Project (CDP).

### DESDE 2016

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

### DESDE 2019

- Somos apoiadores institucionais do Programa Compromisso com o Clima, que une empresas que desejam apoiar projetos socioambientais e fomentar uma economia de baixo carbono ao compensar, juntas, suas emissões de Gases de Efeito Estufa.
- Aderimos à carta do Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), que defende a Precificação de Carbono.

Para fortalecer a relevância de nosso compromisso com o combate às mudanças climáticas, há diretores com a remuneração variável de curto prazo atrelada ao alcance de metas de combate às mudanças climáticas, a partir de 2021, por meio de temas como eficiência energética, ampliação da proporção de energia renovável e redução das emissões em logística.

- Nos comprometemos com a campanha Business Ambition for 1.5° C (ambição dos negócios para 1,5° C), da ONU, que convida empresas a estabelecerem metas baseadas em dados científicos de redução das emissões em montante suficiente para contribuir com a limitação do aumento da temperatura global a 1,5° C acima dos níveis pré-industriais.
- Aderimos ao Fashion Industry Charter for Climate Action, compromisso criado pela Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre a Mudança do Clima (UNFCCC).
- Apoiamos a Science Based Targets initiative (SBTi), iniciativa global que reúne empresas em um caminho claramente definido para reduzir emissões em linha com a meta do Acordo de Paris.

### DESDE 2020

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

### DESDE 2021

- Assinamos o compromisso referente à Neutralidade Climática e o Movimento Empresarial pela Amazônia, propostos pelo CEBDS.

## adaptação

### ANÁLISE DE VULNERABILIDADE

Além da mitigação das mudanças climáticas, também temos trabalhado em nossa estratégia de adaptação a este cenário, de maneira a reduzir, controlar os riscos e gerar oportunidades. Em 2019, realizamos um trabalho de identificação de riscos, oportunidades e medidas de adaptação frente às mudanças climáticas, considerando a realidade da Empresa e as especificidades do setor varejista para os próximos 30 anos. Conheça os riscos e oportunidades analisados e identificados no Relatório Anual 2020: <https://bit.ly/3o9ixM9>

### PRECIFICAÇÃO

Em 2020, realizamos um estudo de precificação de carbono, que atribui custos aos impactos das mudanças climáticas apoiando a antecipação de impactos, riscos e oportunidades e, portanto, representando um instrumento estratégico para tomada de decisão na jornada da descarbonização. Saiba mais no Relatório Anual 2020: <https://bit.ly/3o9ixM9>

Considerando o preço interno médio do carbono no setor de varejo de moda no mundo de R\$ 150/tCO<sub>2</sub>e, identificamos que a precificação de carbono tem potencial de impacto de 1,93% no lucro em longo prazo.

# gestão de energia

## redução do consumo

GRI 302-4, 302-5, TCFD EC31

Nosso principal impacto ambiental na operação própria é o consumo de energia. Por isso, trabalhamos para ter lojas cada vez mais ecoeficientes. Contamos com uma loja com certificação LEED nível *silver*, além de nossa sede e duas lojas com certificação nível *gold*.

Desde 2015, adotamos premissas, conceitos e critérios para construção e reforma de lojas com padrões de sustentabilidade, alinhados aos aprendizados das lojas certificadas, e com o Projeto de Gestão de Energia e Ativos, adotamos as melhores tecnologias em automatização, iluminação e ar-condicionado, para ganhos de eficiência nas lojas da Renner.

Nos seis anos do Projeto, investimos R\$ 9,8 milhões e alcançamos automatização em 39% das lojas Renner, 11% da Ashua, 6% da Youcom e 4% da Camicado e uma das torres da nossa sede. Em 2021, avançamos na implementação de automatização nas lojas satélites da Camicado, Youcom e Ashua.

### LOGÍSTICA

Em 2021, alcançamos redução de 25% no consumo de combustível (diesel) no modal rodoviário, devido, principalmente, às nossas iniciativas de ganho de eficiência na taxa de ocupação de veículos e melhores rotas de abastecimento.

## uso de energias renováveis

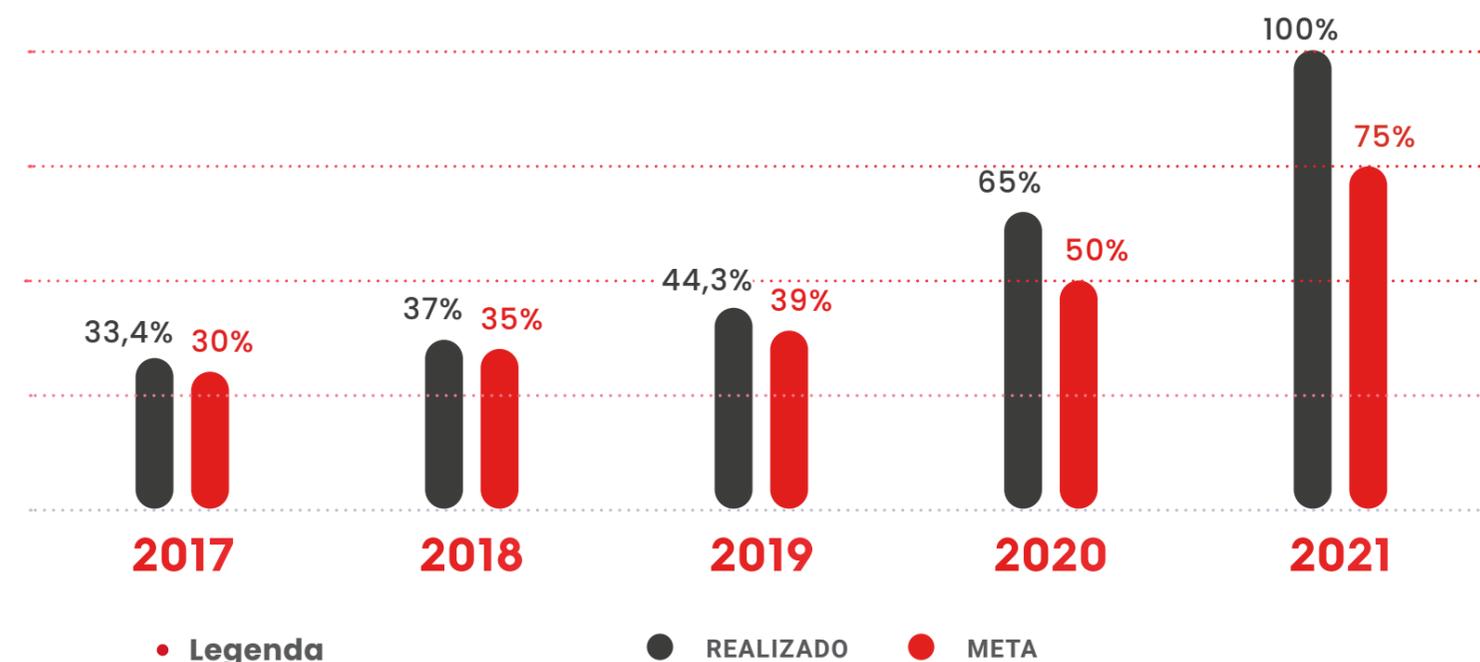
GRI 302-4, 302-5, TCFD EC31

**Em 2021, superamos a meta do nosso compromisso público de 75% do consumo de energia corporativo de fontes renováveis e de baixo impacto - solar, eólica, biomassa e pequenas centrais hidrelétricas (PCH), chegando a 100%.**

Além da compra de energia no mercado livre (44% de nosso consumo energético), dos certificados de energia renovável I-REC (Interational REC Standard) obtidos para 100% de nossas lojas e das fazendas solares (1% do consumo), em 2021, investimos na construção de um parque eólico em Taractu (PE) pela Enel, que irá alimentar 170 lojas e nosso novo centro de distribuição.

Além de não emitirem gases de efeito estufa no processo de geração, as energias renováveis de baixo impacto têm melhor custo benefício e geram economia. Em relação à energia convencional do mercado regulado, a energia do mercado livre proporciona economia média de 25%. Conheça o total de consumo, a intensidade energética e os gastos com energia na pg 93.

### ● STATUS: ALCANÇADA



# transição para economia circular

69

## construções menos impactantes

Desde 2018, buscamos incorporar os princípios de economia circular na construção de novas lojas, reformas e no desenvolvimento de mobiliários para alcançar avanços na otimização do consumo de materiais, na redução da geração de resíduos e no uso de materiais com maior potencial de reciclabilidade.

Desde 2016, também temos um novo modelo de construção de lojas com estrutura mais simplificada e menor consumo de materiais, que foi usado em 100% das inaugurações de 2021, nos permitindo reduções expressivas, como:

- 62% menos gesso por m<sup>2</sup>, somando 92,5 mil m<sup>2</sup> de gesso economizado no ano;
- 69% menos massa corrida por m<sup>2</sup>, somando 75,1 toneladas de massa corrida economizadas em 2021;
- 91% menos dutos de retorno de ar-condicionado por m<sup>2</sup>, somando 90,4 toneladas de duto economizadas em 2021.

<sup>1</sup> Percentuais consideram a redução máxima possível de alcançar, mas não representam que de fato esses percentuais são alcançados em toda obra.



## loja circular

**Em 2021, inauguramos a primeira loja circular do País, no Rio de Janeiro, que alinha a circularidade à transformação digital, para criar uma experiência única para os clientes, com a melhor escolha de recursos para reduzir o impacto ambiental desde a concepção até a operação.**

Durante a fase de projeto foi feito um estudo de **Avaliação do Ciclo de Vida (ACV)**, que ajudou na escolha de materiais e tomada de decisão de projeto, reduzindo os impactos ao meio ambiente ao longo do ciclo de vida da loja.

A Loja adotou as premissas da certificação BREEAM (*Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology*) e está em processo de obtenção da Certificação LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*). Além da redução de impacto, a loja também traz uma jornada diferenciada ao cliente e a promoção da geração de valor no pilar social:

- **Novo conceito de vitrine e fachada:** a loja conta com uma vitrine aberta integrada ao acesso mais amplo, como um meio de comunicar moda ao cliente de uma forma 360°, onde ele interage com o produto físico, ao mesmo tempo em que as telas de fundo trazem a percepção de tecnologia e *omnicanalidade*, e uma fachada com maior amplitude no acesso, qualificando as etapas iniciais da jornada do cliente (motivação e navegação).
- **Jornada omni:** trouxemos soluções que façam mais sentido para os usuários, evoluindo as experiências oferecidas na loja, elevando o protagonismo dos consumidores e proporcionando ainda mais autonomia à jornada de compra. Os clientes contam com totens para acessar o catálogo digital (prateleira infinita), tela na perfumaria para apoiar a experiência de escolha de perfumes, mais caixas de autoatendimento e dispositivos de venda móvel (60% mais que na loja tradicional) e espaço dedicada à retirada de produtos comprados *online*.
- **Provedores:** os ambientes de provedores foram redesenhados para qualificar o momento da experimentação, potencializando os pontos de valor para o usuário e promovendo inclusão, pluralidade e socialização, através de um *lounge* de entrada e oferta de cabines individuais, sem distinção de gênero.
- **Iluminação:** o novo projeto de iluminação, além da eficiência, privilegia o produto e ajuda a guiar a circulação do cliente através de projeto luminotécnico, pensado para qualificar a jornada do cliente.



Exposição na entrada da loja, com videowall ao fundo.

- **Engajamento:** a comunicação da loja, por meio de painéis e *QR Codes*, apresenta os assuntos de sustentabilidade e circularidade, apoiando o processo de conscientização e aumento de percepção dos clientes sobre os diferenciais.
- **Biofilia:** usamos elementos naturais, trazendo maior identificação com o propósito da loja e bem-estar aos usuários.
- **Espaço Re:** espaço que conta com uma curadoria de produtos com o selo Re Moda Responsável, além do coletor unificado do Ecoestilo, nosso programa de logística reversa de frascos e embalagens de perfumaria e roupas em desuso.
- **Capacitação de colaboradores:** durante os seis meses em que a loja esteve em obras, o Instituto Lojas Renner capacitou pessoas em situação de vulnerabilidade para atuação no varejo. Nossos colaboradores da loja também receberam capacitações sobre circularidade, sustentabilidade, jornada digital, *omnicanalidade*, diversidade, produtos e matérias-primas responsáveis para passarem a atuar na Loja Circular.

Todos os fornecedores envolvidos na criação da loja foram capacitados e desenvolvidos em relação aos conceitos e premissas de sustentabilidade.



Nossa Loja Circular reduz o impacto ambiental de sua construção e operação:

- 97% dos resíduos gerados na obra foram reaproveitados;
- reduzimos em 37% o volume de madeira usado, tanto com mobiliários modulares, otimizados, com materiais mais duráveis e perenidade estética, como com a priorização de materiais mais sustentáveis reciclados e recicláveis na reforma. Só de aço estrutural, por exemplo, com a recuperação dos elementos existentes, deixamos de usar 8,5 toneladas;
- o consumo de água na operação é 56% menor do que em lojas convencionais;
- os manequins da loja são 100% recicláveis, e já têm destino definido por logística reversa para remanufatura com o fornecedor, para que retorne à sua cadeia para virar novos produtos;
- a loja é abastecida por energia eólica e conta com equipamentos com maior eficiência energética, controle automático de iluminação e sensores de ausência, que ajudam a reduzir o consumo de energia.

Com tudo isso, a loja alcança uma redução de 24% no seu potencial de aquecimento global e a emissão de CO<sub>2</sub> evitada na construção e operação (em um cenário de 20 anos) corresponde à restauração de uma área de 1,5 hectare de Mata Atlântica. Isso equivale ao plantio de três mil árvores e sua manutenção por duas décadas.

Espaço Re da loja circular da Renner no shopping Rio Sul no Rio de Janeiro (RJ).

# embalagens

Grupos de trabalhos de todos os negócios compõem o Projeto Embalagens Responsáveis, voltado a mapear e construir propostas para embalagens com menor impacto ambiental. Com o Projeto, priorizamos as ações de eliminação e redução de plástico de uso único, com foco nas embalagens para o consumidor final, e formalizamos as recomendações de sustentabilidade, tendo como premissa a não geração de resíduos, analisando as opções disponíveis no mercado e avaliando detalhadamente o consumo de materiais em embalagens. A partir desses estudos, identificamos se a embalagem está em seu modelo mais eficiente, promovendo o uso de embalagens menos impactantes para o meio ambiente e sociedade.

Do total das embalagens usadas em nossas lojas, Centros de Distribuição e *e-commerce* em 2021, 64% são de papel/papelão e 36% de plástico. As embalagens de papel/papelão, tanto nos CDs quanto nas lojas, são 100% certificadas FSC<sup>1</sup>. Dentre as embalagens plásticas, 32% são recicláveis.

Em 2021, criamos projetos piloto e iniciativas para a redução do impacto ambiental nas embalagens em lojas, *e-commerce* e CDs, visando a diminuição gradual do nosso consumo de plásticos de uso único, apresentados a seguir.

<sup>1</sup> Forest Stewardship Council, padrão que garante manejo florestal responsável.

## PILOTOS

- Teste de substituição de plástico de proteção individual por papel na parte interna das embalagens do *e-commerce* para produtos de perfumaria.
- Retirada de plástico das embalagens do *e-commerce* para entrega dos produtos da *Collab* com a *Insecta*.
- Testes de viabilidade para substituir o plástico que acomoda a nota fiscal por uma etiqueta em papel, impressa com todas as informações.
- Testes para a substituição do filme plástico usado na movimentação interna do CD da *Camicado* por fitas reutilizáveis.
- Mala feita a partir de reaproveitamento de peças de roupas para a *fashion delivery* (programa de entrega de mala com produtos da Renner para clientes), feita pela cooperativa *Novos Horizontes*, grupo de mulheres empreendedoras apoiado pelo Instituto Lojas Renner.

## MUDANÇA DE PROCESSO

- Embalagens de plástico 75% reciclado de pós-consumo para loja Circular.
- *Roadmap* de eliminação de embalagens plásticas nas lojas da Renner que ainda possuem este material e substituição por sacolas de papel com certificação FSC.
- Redução do uso de plásticos de proteção no CD.
- Para os clientes, oferecemos, desde 2011, o serviço de logística reversa para embalagens de perfumaria, o *Ecoestilo* (saiba mais na pg. 73).

# reciclagem

GRI 306-1 | 306-2

## RESÍDUOS DA OPERAÇÃO

A gestão de resíduos sólidos na Lojas Renner S.A. tem foco em reduzir o volume de resíduos gerados e garantir a correta separação, manuseio, acondicionamento e disposição final, evitando contaminação e incentivando sua reinserção no ciclo produtivo a partir da reciclagem, sendo 100% aderente à Política Nacional de Resíduos Sólidos. Para redução da geração de resíduos nos CDs, promovemos o reúso das embalagens de papelão e o reaproveitamento do papelão fragmentado em substituição aos traveseiros de ar nas caixas de produtos de beleza nos produtos enviados para lojas, posteriormente encaminhado para a reciclagem.

Em 2021, não atingimos a meta de redução em 10% da geração de resíduos, devido à retomada do ritmo de nossas operações após o pico da pandemia, somando 2.771,8 toneladas de resíduos gerados, sendo 92% encaminhados para reciclagem.

## LOGÍSTICA REVERSA PARA OS CLIENTES

Oferecemos aos nossos clientes um serviço de logística reversa, o EcoEstilo, nas categorias perfumaria e roupas, em mais de 330 lojas. Desde 2011, embalagens e frascos de perfumaria e beleza podem ser descartados nos coletores Ecoestilo de perfumaria nas lojas, mesmo que estes não tenham sido adquiridos na Renner. Os resíduos coletados recebem a destinação ambientalmente correta, evitando a contaminação do meio ambiente. Em 2021, foram 48,3 toneladas, somando mais de 198 toneladas, desde o início do programa, com a destinação ambientalmente correta, e alcançamos 54% dos vidros e embalagens coletados reciclados.

Desde 2017, os clientes também podem descartar suas roupas, compradas nas lojas da Renner ou não, nos coletores Ecoestilo de roupas. Em 2021, foram 5,6 toneladas de peças coletadas, somando, aproximadamente, 10,9 toneladas desde 2017, que foram destinadas para reciclagem, por meio da desfibragem, reutilização ou doação.

## PRODUTOS COM MATERIAIS RECICLADOS OU REAPROVEITADOS

Com o Programa Produção + Limpa 4.0 (saiba mais na pg. 78), promovemos a redução da geração de resíduos no processo produtivo e a reinserção de resíduos na cadeia produtiva. Na criação de algumas de nossas coleções, usamos a técnica de *upcycling* para evitarmos o desperdício de materiais, confeccionando peças feitas com a reinserção criativa de matérias-primas que seriam descartadas no ciclo de produção, usando o excedente de tecidos já existentes para criar novos produtos e dar novos usos a um material que não teria mais lugar no mercado.

# redução de desperdício

## QUALIDADE

Temos um cuidado especial com a qualidade, adequando os produtos às melhores práticas internacionais e contribuindo com um modelo que amplia o ciclo de vida dos produtos. Realizamos inspeções de qualidade em produtos em diferentes fases, permitindo corrigir eventuais problemas e aprimorar a qualidade dos produtos vendidos. Foram cerca de 122 mil testes e 382 auditorias em lojas realizados em 2021. No ano, também reduzimos a devolução de produtos por defeito de fabricação em relação ao total de peças vendidas de 0,07% para 0,06%.

## SORTIMENTO MAIS PRECISO

As análises preditivas e decisão de sortimento baseada em dados e inteligência artificial (saiba mais na pg. 13) apoiam a Moda Responsável: cada vez mais produzimos o que o cliente efetivamente quer, reduzindo as remarcações e as quebras de estoques, evitando ter que produzir ainda mais para alcançar as metas de vendas e, por consequência, o consumo de recursos naturais e descarte de sobras de produtos.

## AMPLIAÇÃO DA VIDA ÚTIL

Em 2021, após uma parceria bem-sucedida em 2020 e com muita adesão dos nossos clientes, fizemos a aquisição do Repassa, plataforma nativa digital de revenda de roupas e acessórios usados. Com isso,

além de ampliarmos nossa atuação no ecossistema de moda e *lifestyle*, passamos a oferecer um serviço que estimula o consumo consciente e a ampliação da vida útil das peças.

Com 38,3 mil sacolas de roupas recebidas em 2021, 2,4 vezes mais que em 2020, o Repassa gerou grande redução de impacto ambiental e geração de valor social:

### ● REDUÇÃO DO IMPACTO AMBIENTAL AO EVITAR PRODUÇÃO DE NOVAS PEÇAS



# produtos e serviços sustentáveis

75

GRI 301-2 | SASB CG-AA-440a.2



A coleção da Renner com a Insecta reaproveitou mais de 4 mil metros de sobras de tecidos.

Entendemos que o caminho para a Moda Responsável, necessariamente, passa por construir uma oferta de produtos e serviços menos impactantes, propósito materializado pelo Selo Re Moda Responsável (Renner) e YC Change (Youcom), que identificam produtos com matérias-primas ou processos com menor impacto ambiental e maior geração de valor na cadeia.

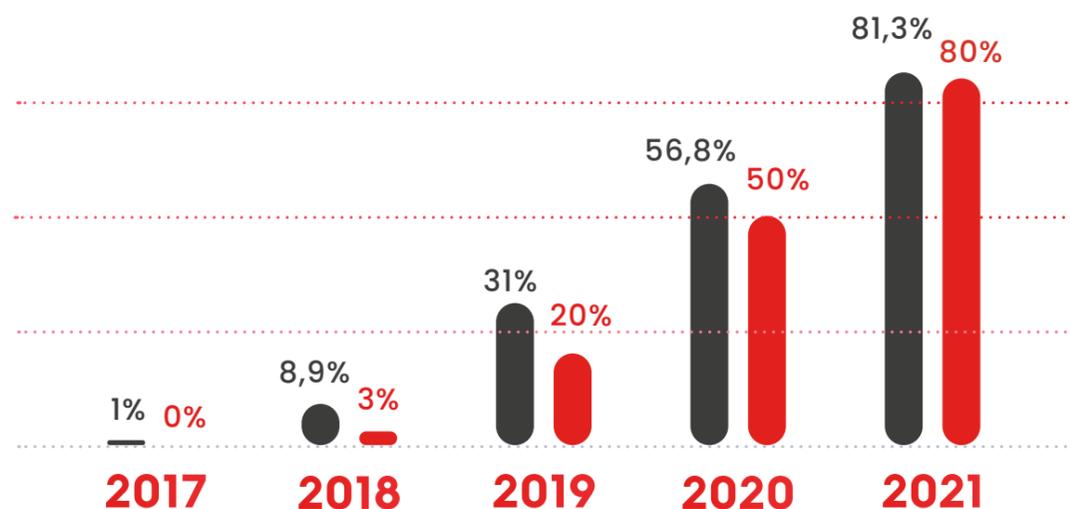
---

**Em 2021, superamos a meta de nosso compromisso público que previa alcançar, no ano, 80% de nossas peças de vestuário de Renner com Selo Re, chegando a 81,3% de peças com o Selo Re Moda Responsável.**

---

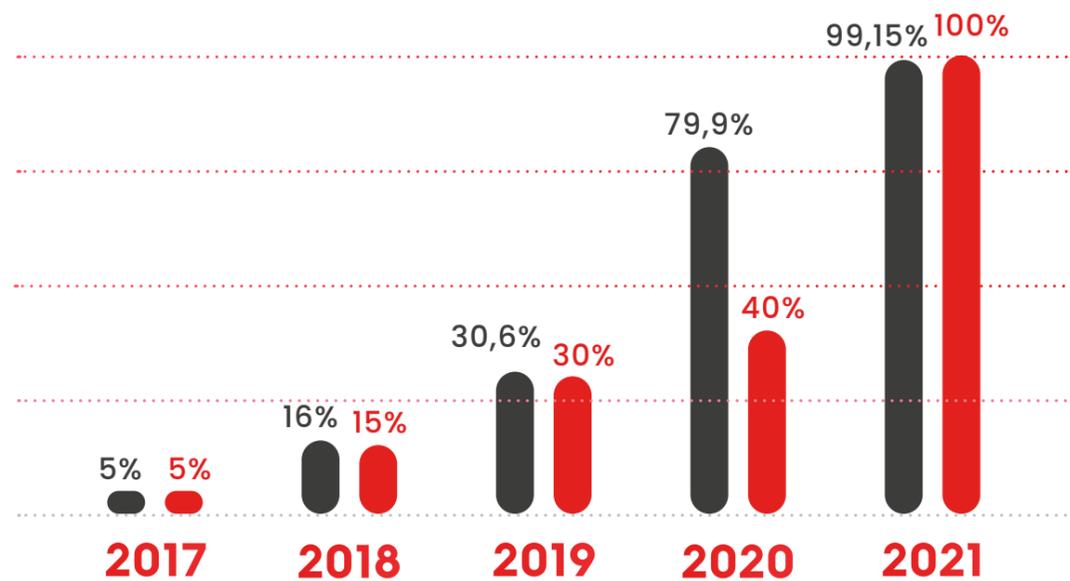
● **STATUS: META ALCANÇADA**

**81,3% DE PRODUTO RE**



● **STATUS: META PARCIALMENTE ALCANÇADA**

**99,15% DE ALGODÃO CERTIFICADO**



● **Legenda**

● **REALIZADO**

● **META**



Coleção especial de algodão responsável do selo Re.

Em relação aos produtos de algodão, alcançamos 99,15% dos produtos com algodão certificado, frente à meta de 100%. Essa diferença é justificada, principalmente, pelo impacto da pandemia, em que foram necessários ajustes e prorrogações em pedidos, levando ao recebimento de uma pequena parcela de produtos sem algodão certificado.

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

Também chegamos a 92,9% de produtos a partir de fibra de madeira (viscose, modal e liocel) com origem e produção responsáveis (proveniente de fornecedores com pelo menos 20 buttons na avaliação do relatório Canopy Hot Button Report) e rastreabilidade documental, o que apoia nosso compromisso com a biodiversidade e a preservação e mitiga o risco de desmatamento na cadeia produtiva dessas matérias-primas, que é onde nosso negócio tem maior interface com esse risco.

**Conheça em nosso site** a lista de matérias-primas e processos menos impactantes que compõem os atributos do Selo Re e YC Change: <https://bit.ly/3KSVaAj>

Em relação ao couro, chegamos a 20,8% do couro nos produtos Renner com certificação Leather Working Group (LWG).

Conheça a seguir as principais coleções especiais de produtos com atributos de sustentabilidade.



Seguimos investindo no projeto piloto inovador de uma *start-up* que promove o plantio de algodão pelos princípios de regeneração de agrofloresta, auxiliando na regeneração do solo e na captura de CO<sub>2</sub>, apoiando a biodiversidade e a neutralização das emissões das etapas posteriores do processo produtivo. O algodão colhido será destinado a uma nova coleção.



### RE ACESSÓRIOS

Coleção feita com fio reciclado e produção lixo zero, produzida em parceria com o Movimento Eu Visto o Bem, apoiado pelo Instituto Lojas Renner, para empoderamento de mulheres encarceradas e egressas do sistema prisional.

### RE MINAS

Coleção feita com algodão agroecológico do norte de Minas Gerais, produzido por mulheres apoiadas pelo Instituto Lojas Renner.

### RE JEANS E TÊNIS COM MATERIAL REAPROVEITADO

Coleção de produtos de jeans com algodão responsável e tênis produzidos a partir de peças em jeans que foram coletadas pelo programa Ecoestilo, além de outras peças com defeito, que estavam armazenadas em nosso centro de distribuição.

### COLLAB INSECTA

Coleção Renner de *upcycling* trazendo peças de vestuário, bolsas e calçados, a partir de tecidos reciclados ou parados nos estoques dos fornecedores.

### RE JEANS

Coleção de jeans com algodão responsável, tecidos reciclados, menor consumo de água e tingimento natural.

### ALGODÃO ORGÂNICO

Coleção Renner que leva no título sua matéria-prima cultivada e colhida no Brasil, de forma artesanal e sem uso de agrotóxicos.

### STUDIO MARFINNO

Coleção Renner de calçados feitos com materiais reciclados e roupas com tingimento natural em tecidos reciclados, linho certificado e viscose e algodão responsáveis e, ainda, produtos de beleza Alchemia que aproveitaram a matéria-prima de parte da coleção Re Minas para extrair óleo das sementes de algodão agroecológico.

### YC CHANGE

Coleções Youcom com atributos mais sustentáveis com o selo YC Change.

### GRAFFITI

Coleção Youcom com o selo YC Change em *collab* com artistas da comunidade Bom Jesus, em Porto Alegre (RS), revertendo verba para o Instituto Lojas Renner.

### MESTRAS DO BARRO

Coleção da Camicado com peças de cerâmica artesanais produzidas pelas mulheres apoiadas pelo Instituto Lojas Renner no Vale do Jequitinhonha (MG).

Na Camicado, em 2021, mapeamos a cadeia de fornecimento nacional e internacional, buscando identificar a rastreabilidade e origem dos materiais, e iniciamos o desenvolvimento de treinamento para os times de compras para apoiar a tomada de decisão orientada por atributos de sustentabilidade. O objetivo era lançar duas coleções com atributos de sustentabilidade e chegamos a três.

# processos menos impactantes

GRI 308-2, SASB CG-AA-250a.1, CG-AA-250a.2, CG-AA-430a.1, CG-AA-430a.2, TCFD ECC31

Contamos com sistema de gestão ambiental que cobre 100% das nossas operações, buscando garantir a conformidade com a regulamentação ambiental, a definição clara dos papéis e responsabilidades, a tomada de ações corretivas para estimular a melhoria contínua, a auditoria interna e o monitoramento de indicadores.

Adicionalmente, desde 2017, realizamos o Programa Produção mais Limpa (P+L) junto aos Fornecedores de Revenda. Atualmente, o P+L 4.0 abrange fornecedores estratégicos e alavancáveis de todas as cadeias de revenda da Renner e Youcom, que representam 40% dos pedidos, buscando estimular a ecoeficiência em seus processos produtivos e a melhoria do desempenho ambiental.

---

**Além do apoio à ecoeficiência, avaliamos a conformidade e gestão ambiental nas auditorias de 100% de nossos Fornecedores de Revenda nacionais e internacionais (saiba mais sobre as auditorias na pg. 49), com base no padrão de Higg Index da Sustainable Apparel Coalition. Ao todo, 29% dos fornecedores também completaram a autoavaliação Higg no ano.**

---

Para avançar em relação a todos os pilares do Programa, a Universidade Renner disponibilizou, para todos os fornecedores que têm acesso à UR, treinamento para formação de seus gestores ambientais em quatro módulos: aspectos legais, performance, inovação e otimização.

Além disso, ao longo do ano, desenvolvemos diversos treinamentos, conteúdos e manuais sobre os temas ambientais relacionados a cada pilar do P+L.

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

## ÁGUA

Em 2021, alcançamos 100% de fornecedores da cadeia do jeans certificados para reportar os dados de consumo de cada peça. **Do total de pedidos jeans entregues à Renner, 40% são classificados como de baixo consumo de água nas etapas de confecção e acabamento, poupando pelo menos 300 milhões de litros de água (retirada do corpo hídrico).**

O programa tem grande relevância considerando que em nossa cadeia, há fornecedores com processos molhados localizados em estados brasileiros que passam por crise hídrica: Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso do Sul e Mato Grosso.

## ENERGIA

Temos trabalhado junto aos fornecedores na conscientização sobre a importância do uso de energia renovável de baixo impacto, e já alcançamos 19% das participantes do P+L abastecidas por energia renovável de baixo impacto.

## RESÍDUOS

Em 2021, evitamos a geração de mais de 830 quilos de resíduos têxteis, reinseridos no ciclo produtivo, que deram origem às coleções Re Jeans e Re Malha (saiba mais na pg. 77). **Desde o início do projeto, coletamos mais de 2,8 mil toneladas de resíduos, destinados a uso como matéria-prima em outros segmentos, que deixaram de ser destinadas a aterros e ganharam novas utilidades.**

## SEGURANÇA QUÍMICA

Temos o compromisso de eliminar químicos potencialmente tóxicos de nossa cadeia até 2030 e focar no desenvolvimento de toda a cadeia de fornecimento. Por isso, em 2021, disponibilizamos para nossos fornecedores a primeira cartilha Renner, com base nas normativas do REACH, ABNT e AFIRM, em que o fornecedor tem acesso às diretrizes de adequação das substâncias químicas tóxicas e estamos realizando treinamentos e visitas técnicas para apoiá-los.

Em 2021, avançamos na adequação de 100% da cadeia do jeans em todos os grupos de químicos tóxicos, para todos os novos desenvolvimentos, além do controle através de ferramentas de gestão, tais como inventário químico, mapeamento de toda a cadeia de fornecimento para todos os produtos Renner. A partir de 2022, o projeto seguirá para os próximos passos e irá contemplar testes anuais, para comprovar a eficácia da gestão realizada. A partir desses testes, disponibilizaremos um portfólio de fornecedores comprovadamente seguros em relação aos químicos usados.

## EMISSIONES DE GEE

Desenvolvemos um sistema de gestão de dados que calcula as emissões de gases de efeito estufa das fábricas dos fornecedores, e implementando um projeto piloto em fornecedores que representam 5,3% do volume de produtos recebidos no ano, **apoando a compensação de 100% das emissões de escopo 1 e 2, se tornando “fábrica neutra”**.

## EFLUENTES

Todos os fornecedores que geram efluentes têm a conformidade da gestão de efluentes avaliada por meio das auditorias (saiba mais na pg. 49). **Em 2021, 100% dos fornecedores diretos (tier 1) e seus contratados (tier 2) estavam em conformidade em relação aos efluentes.** Adicionalmente, 52% das lavanderias da cadeia do jeans trabalham com práticas de recirculação de água em seus processos fabris.

## SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL

**Ampliamos a implantação do Sistema de Dados Ambientais (SDA), desenvolvido com tecnologia própria, de 12 para 141 fornecedores estratégicos Renner, Ashua e Youcom,** nos permitindo uma melhor gestão dos indicadores ambientais na cadeia e avaliar com maior precisão a intensidade de impactos ambientais dos nossos produtos.



Contrato com a Enel para fornecimento de energia eólica atenderá quase a metade das unidades da marca Renner no País.

# ferramentas de leitura

80

## Índice GRI

Normas Universais		Referência (pg.) / Resposta direta	Relação com ODS
<b>Conteúdos gerais</b>			
<b>A organização e suas práticas de relato</b>			
2-1	Detalhes da organização	Lojas Renner. Sociedade Anônima S.A. com capital abertoaberto, sediada em Porto Alegre (RS). Mais detalhes na pg. 7	
2-2	Entidades incluídas nos relatórios de sustentabilidade da organização (Escopo de Controladas)	Todas as controladas da Companhia, exceto quando indicado o contrário, apresentadas na nota explicativa 13.3, na pg. 61 das Demonstrações Financeiras, disponíveis em <a href="https://bit.ly/3JBmAcX">https://bit.ly/3JBmAcX</a>	
2-3	Período de relato, frequência e ponto de contato	Anual, publicado em abril de 2022, abrange informações de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2021, mesmo período do reporte financeiro.	
2-4	Reformulações de informações	Não houve	
2-5	Verificação externa	Pg. 96	
<b>Atividades e colaboradores</b>			
2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	Pg. 7, 15 e 88	
2-7	Colaboradores	Pg. 89. Números de colaboradores com base no total ao final do período de relato.	
2-8	Colaboradores que não são empregados	Informação não disponível	
<b>Governança</b>			
2-9	Estrutura de governança e composição	Pgs. 28, 30 e 87	
2-10	Nomeação e seleção do Conselho	Política de Indicação e Remuneração dos Administradores: <a href="https://bit.ly/3vjyh3q">https://bit.ly/3vjyh3q</a>	
2-11	Presidente do Conselho	Pg. 28	
2-12	Papel do Conselho na gestão dos impactos	O Conselho é o validador de políticas, princípios e estratégias sem periodicidade fixa definida, e supervisiona os processos de gestão de impactos e diligência por meio dos seus Comitês (pg. 31).	

Normas Universais		Referência (pg.) / Resposta direta	Relação com ODS
2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Pg. 31. O Conselho delega responsabilidade pela gestão de risco aos seus comitês e às Diretorias Executivas, além dos times diretamente envolvidos na gestão de riscos (pg. 34).	
2-14	Papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	O Conselho se envolve na definição e acompanhamento da materialidade (estratégia de sustentabilidade) e aprova o Relatório, por meio de seu Comitê de Sustentabilidade. O relatório anual passa pela revisão e aprovação da diretoria, inclusive do diretor-presidente.	
2-15	Conflitos de Interesse	O Regimento Interno do Conselho determina a gestão para evitar conflitos de interesse e estabelece que os conflitos no âmbito do Conselho sejam divulgados nas ata das reuniões: <a href="https://tinyurl.com/2p88jckt">https://tinyurl.com/2p88jckt</a>	
2-16	Comunicação de preocupações críticas	O Conselho acompanha e orienta a gestão de preocupações críticas por meio de suas reuniões e dos encontros periódicos com seus comitês.	
2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Pg. 31	
2-18	Avaliação de desempenho do Conselho	Pg. 31	
2-19	Políticas de remuneração		
2-20	Processo para determinação da remuneração	Pg. 33. Mais detalhes na Política de Indicação e Remuneração dos Administradores - <a href="https://bit.ly/3vjyh3q">https://bit.ly/3vjyh3q</a> - e no Regimento do Comitê de Pessoas - <a href="https://bit.ly/3KveHpf">https://bit.ly/3KveHpf</a>	
2-21	Proporção da remuneração total anual	Pg. 89. Não inclui proporção em relação ao percentual de aumento, confidencial.	
<b>Estratégia, políticas e práticas</b>			
2-22	Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	Pgs. 4 e 15 a 18	
2-23	Políticas de compromissos		
2-24	Incorporando as políticas de compromissos	Pg. 36	
2-25	Processos para remediar impactos negativos	Pg. 37 e 38	
2-26	Mecanismos para buscar orientação e expor preocupações	Pg. 38	
2-27	Conformidade com leis e regulamentos	Pg. 87, 88 e 92	
2-28	Participação em associações	Pg. 18	16
2-30	Taxa de colaboradores cobertos por acordos de negociação coletiva ou representados por sindicatos	Pg. 89	
<b>Engajamento de stakeholders</b>			
2-29	Abordagem para o engajamento de <i>stakeholders</i>	"Em 2019, realizamos um mapeamento da cadeia de valor e análise de priorização de <i>stakeholders</i> , com base na teoria de <i>stakeholders</i> de Edward Freeman e na metodologia poder x interesse de Ann Qualman. Os <i>stakeholders</i> prioritários foram envolvidos na pesquisa de materialidade presencial e <i>online</i> e serão continuamente engajados no programa de comunicação e engajamento para a sustentabilidade. Os <i>stakeholders</i> prioritários foram: Colaboradores, Fornecedores Administrativos, Fornecedores de Revenda e seus subcontratados, Fornecedores de matéria-prima, Clientes, Parceiros do Instituto Lojas Renner, Investidores, Órgãos setoriais, Consultorias e Influenciadores. "	

Normas Universais		Referência (pg.) / Resposta direta	Relação com ODS
<b>Tópicos materiais</b>			
3-1	Processo para determinar os tópicos materiais	Pg. 16	
3-2	Lista de tópicos materiais	Pg. 16	
3-3	Gestão de tópicos materiais	Pg. 25, 44 e 63	
<b>Normas específicas</b>			
<b>Performance Econômica</b>			
201-1	Valor econômico gerado e distribuído	Pg. 20 e 27	8 e 16
<b>Práticas de Compra</b>			
202-1	Proporção do salário mais baixo, discriminado por gênero, comparado ao salário mínimo local	O salário mais baixo para todos os gêneros equivale ao salário mínimo local nos países em que atuamos. Informações sobre outros trabalhadores que não são colaboradores não estão disponíveis.	10 e 12
<b>Práticas de Compra</b>			
204-1	Proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes	Pg. 88	12
<b>Anti-corrupção</b>			
205-2	Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Pg. 87	16
205-3	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Pg. 87	16
<b>Conteúdos ambientais</b>			
<b>Matérias primas</b>			
301-1	Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	Pg. 93 (renováveis)	7,8, 12 e 13
<b>Energia</b>			
302-1	Consumo de energia dentro da organização	Pg. 93	7,8, 12 e 13
302-3	Intensidade energética	Pg. 93 (inclui energia elétrica consumida dentro da Companhia)	7,8, 12 e 13
302-4	Redução do consumo de energia	Pg. 68	7,8, 12 e 13
302-5	Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	Pg. 68	7,8, 12 e 13
<b>Emissões</b>			
305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Pg. 92	3, 12 e 13
305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Pg. 92	3, 12 e 13
305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Pg. 92	3, 12 e 13
305-4	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pg. 93	13
305-5	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Pg. 64	13

Normas Universais		Referência (pg.) / Resposta direta	Relação com ODS
<b>Resíduos</b>			
306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	Pg. 73	12
306-2	Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	Pg. 73. A destinação dos resíduos é feita por terceiros em linha com a legislação e fazemos a gestão em nosso sistema de gestão ambiental.	3 e 12
306-3	Resíduos gerados	Pg. 93	12
<b>Avaliação Ambiental de Fornecedores</b>			
308-1	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	100% são homologados, o que inclui critérios relativos a meio ambiente.	12
308-2	Impactos ambientais negativos significativos reais e potenciais na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	Todos os 533 fornecedores de revenda ( <i>tier 1</i> ) Renner são avaliados quanto aos impactos ambientais e todos potencialmente geradores de impacto (saiba mais na pg. 33 do nosso relatório 2020: <a href="https://bit.ly/3KbB3MP">https://bit.ly/3KbB3MP</a> ). Os fornecedores participantes do P+L geram melhorias a partir da participação no programa.	12
<b>Conteúdos sociais</b>			
<b>Emprego</b>			
401-1	Total e taxas de novas contratações de empregados por faixa etária, gênero e estado/país	Pg. 91	5
401-3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero	Pg. 90	5
<b>Capacitação e Educação</b>			
404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	Pg. 90 (não há dados disponíveis segmentados por gênero)	4
404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	Pg. 91 (não há dados disponíveis segmentados por gênero)	4, 5 e 8
<b>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. 30, 32, 89 e 90	5
405-2	Razão matemática do salário e remuneração entre mulheres e homens, discriminada por categoria funcional e unidades operacionais relevantes	Pg. 89 e 90	5
<b>Não Discriminação</b>			
406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Pg. 87. Todos os casos são avaliados e têm estabelecido como plano de reparação: advertência formal, advertência verbal, demissões, desenvolvimento de Normas, monitoramento e revisão de processos/procedimentos.	8
<b>Liberdade Sindical e Negociação Coletiva</b>			
407-1	Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	Foram identificados dois fornecedores com não conformidades em relação à liberdade de associação, em Bangladesh, que obtiveram classificação D na auditoria e foram inativados da cadeia de fornecedores da Renner. Saiba mais sobre a gestão na cadeia para garantir esses direitos na pg 49.	8 e 16

Normas Universais		Referência (pg.) / Resposta direta	Relação com ODS
<b>Trabalho Infantil</b>			
408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Foram identificados três fornecedores com não conformidades em relação ao trabalho infantil, na China, dos quais dois obtiveram classificação D na auditoria e foram inativados da cadeia de fornecedores da Renner e um continua como fornecedor da Camicado, onde está desenvolvendo/implementando um plano de ação para sanar as não conformidades identificadas. Saiba mais sobre a gestão na cadeia para garantir esse direitos na pg 49.	8 e 16
<b>Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo</b>			
409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Não há risco nas operações próprias. Saiba mais sobre a gestão na cadeia para garantir esse direitos na pg 49.	5, 8 e 16
<b>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	100% dos colaboradores têm ciência do Código de Conduta e 39% foram treinados sobre o tema no ano.	5 e 16
<b>Avaliação Social de Fornecedores</b>			
414-1	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a direitos humanos	100% são homologados, o que inclui critérios relativos a direitos humanos.	5 e 16
414-2	Impactos negativos significativos reais e potenciais em direitos humanos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	Todos os 533 fornecedores de revenda ( <i>tier 1</i> ) Renner são avaliados quanto aos impactos em direitos humanos e todos potencialmente geradores de impacto (saiba mais na pg. 33 do nosso relatório 2020: <a href="https://bit.ly/3KbB3MP">https://bit.ly/3KbB3MP</a> ). Os fornecedores que participam de nossos programas de qualificação (pg. 54) geram melhorias a partir da participação no programa.	8, 12 e 16
<b>Políticas Públicas</b>			
415-1	Valor total de contribuições financeiras para partidos políticos e políticos discriminadas por país e destinatário/ beneficiário	A Companhia não fez contribuições, direta ou indiretamente, a partidos políticos, campanhas políticas ou associações de lobby.	16
<b>Suplemento Setorial</b>			
AF1	Conteúdo e cobertura do Código de Conduta	Pg. 49	16
AF7	Quantidade e local dos postos de trabalho cobertos pelo Código de Conduta	100%	8, 10 e 12
AF8	Número de auditorias realizadas e porcentagem dos locais de trabalho auditados	Pg. 49	12
AF9	Casos de não cumprimento dos requisitos legais ou acordos coletivos de trabalho sobre salários	Pg. 49	10 e 12
AF10	Casos de não cumprimento com as normas relacionadas a horas-extras	Não houve	12
AF12	Incidentes do uso de trabalho infantil	Não houve	12
AF13	Casos de não conformidade com as normas em matéria de discriminação de gênero	Pg. 49	12
AF15	Análise de dados de auditorias de conformidade de Código	Pg. 49	12
AF16	Práticas de remediação em resposta às constatações de não conformidade	Pg. 49	12
AF17	As ações para identificar e mitigar negócios práticas que afetam o cumprimento do código	Pg. 49	12

# Índice SASB

Código	Métrica	Referência de página	Relação com ODS
<b>Grenciamento de produtos químicos</b>			
CG-AA-250a.1	Discussão dos processos para manter a conformidade com os regulamentos relativos a substâncias restritas.	Pgs. 78 e 79	6 e 12
CG-AA-250a.2	Discussão de processos para avaliar e gerenciar riscos e/ou perigos associados a produtos químicos em produtos	Pgs. 78 e 79	6 e 12
<b>Impactos ambientais na cadeia de suprimentos</b>			
CG-AA-430a.1	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier</i> 1 em conformidade com as licenças de descarte de águas residuais e/ou acordo contratual.	Pg. 79	6 e 12
CG-AA-430a.2	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier</i> 1 que completaram a avaliação do Módulo Ambiental de Instalações Higg Facility (Higg FEM) da Sustainable Apparel Coalition ou uma avaliação de dados ambientais equivalente.	Pg. 78	12
<b>Condições de trabalho na cadeia de fornecimento</b>			
CG-AA-430b.1	Porcentagem de (1) instalações de fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) instalações de fornecedores além do <i>tier</i> 1 que foram auditadas por um código de conduta trabalhista, (3) porcentagem do total de auditorias realizadas por um auditor externo.	100% dos fornecedores de revenda Renner ( <i>tier</i> 1 e 2) foram auditados por um código de conduta trabalhista, 100% dos fornecedores nacionais passaram por auditoria interna e externa e 51,2% dos fornecedores internacionais passaram por auditoria externa.	8 e 12
CG-AA-430b.2	Taxa de não conformidade prioritária e taxa de ação corretiva associada para auditorias do código de conduta do trabalho dos fornecedores.	Pg. 51	8 e 12
CG-AA-430b.3	Descrição dos maiores (1) riscos trabalhistas e (2) riscos ambientais, de saúde e de segurança na cadeia de fornecimento	Conheça os principais riscos nos capítulos 4.1, 5.1 e 5.2 Formulário de Referência - <a href="https://bit.ly/3vho72W">https://bit.ly/3vho72W</a> - e na pg. 33 do nosso relatório 2020: <a href="https://bit.ly/35lwHOb">https://bit.ly/35lwHOb</a>	8 e 12
<b>Fornecimento de matéria-prima</b>			
CG-AA-440a.1	Descrição dos riscos ambientais e sociais associados à obtenção de matérias-primas prioritárias.	Pgs. 34 e 35	8 e 12
CG-AA-440a.2	Porcentagem de matérias-primas certificadas por terceiros com uma norma de sustentabilidade ambiental e/ou social, por norma.	Pg. 75	12
<b>Métricas de atividade</b>			
CG-AA-000.A	Número de (1) fornecedores <i>tier</i> 1 e (2) fornecedores além do <i>tier</i> 1.	Pg. 88	

# TCFD

Temas	Recomendações TCFD	Referência (página) / resposta direta
Governança 1	1. Descreva como o Conselho supervisiona os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas.	Nossa estratégia de Moda Responsável conta com um pilar robusto de trabalho em mitigação e adaptação às mudanças climáticas. O Comitê de Sustentabilidade, que assessora o Conselho, apresenta trimestralmente a evolução das nossas ações e desempenho frente à estratégia de Moda Responsável, inclusive sobre nossa estratégia de adaptação, que está sendo construída a partir de uma análise de vulnerabilidade, que identificou os principais riscos e oportunidades (saiba mais nas pgs. 33, 34 e 67).
Governança 2	2. Descreva o papel do Conselho na avaliação e gestão de riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas.	O Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos, que assessora o Conselho, identifica, avalia e mensura os riscos com as áreas de negócio, inclusive relacionados às mudanças climáticas, define os processos de controle para reduzi-los e faz o acompanhamento com as áreas envolvidas, comunicando ao Conselho de Administração a eficácia do gerenciamento do risco. Saiba mais sobre a estrutura de gestão de riscos nas pgs 34 e 35.
Estratégia 1	3. Riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas que a organização identificou no curto, médio e longo prazos.	Na pg. 67 apresentamos os riscos e oportunidades identificados no processo de análise de riscos e impactos, baseada na metodologia do IPCC e construída por consultoria externa especializada. A análise teve foco nos riscos físicos e de transição e abrangeu todas as lojas da Companhia e seus Centros de Distribuição ao final de 2019.
Estratégia 2	4. Impactos dos riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização	Nosso estudo de precificação de carbono identificou potencial de impacto das emissões em 1,93% no lucro em longo prazo. Conheça nossas metas na pg. 66.
Estratégia 3	5. Resiliência da estratégia da organização, considerando diferentes cenários de mudanças climáticas, incluindo um cenário de 2°C ou menos.	Temos desenvolvido uma estratégia consistente de Moda Responsável, que traz resiliência ao negócio frente às mudanças climáticas: somos um negócio carbono neutro (pg. 67), desenvolvemos produtos com menor impacto ambiental e social em todo o ciclo de vida (pg. 75), temos 100% de energias renováveis em nossa matriz de consumo (pg. 68), programa de eficiência energética com redução contínua da intensidade (pg. 68) e metas formais de redução das emissões (pg. 66), inclusive fazendo parte da remuneração variável das lideranças (pgs. 67).
Gestão de riscos 1	6. Processos utilizados pela organização para identificar e avaliar os riscos relacionados às mudanças climáticas.	Pg. 35
Gestão de riscos 2	7. Processos utilizados pela organização para gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas	Pg. 35
Gestão de riscos 3	8. Como os processos utilizados pela organização para identificar, avaliar e gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas são integrados à gestão geral de riscos da organização.	A gestão geral de riscos promove alinhamento contínuo com as áreas de negócio para identificação, tratamento e monitoramento dos riscos, inclusive climáticos (saiba mais na pg. 34). Os riscos relacionados às mudanças climáticas são, portanto, tratados e acompanhados conjuntamente entre o time de sustentabilidade e a estrutura corporativa de gestão de riscos.
Métricas e metas 1	9. Métricas utilizadas pela organização para avaliar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas de acordo com sua estratégia e seu processo de gestão de riscos.	Pg. 35
Métricas e metas 2	10. Emissões de gases de efeito estufa de Escopo 1, Escopo 2 e, se for o caso, Escopo 3, e os riscos relacionados a elas.	Pg. 64
Métricas e metas 3	11. Metas utilizadas para gerenciar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas, e o desempenho com relação às metas.	Métrica adotada: SBTi (páginas 64 e 66)

# resumo de indicadores esg

Pela primeira vez, apresentamos aqui os painéis dos principais indicadores ESG monitorados. Nos próximos anos, a tabela trata também a evolução desses indicadores. Para saber mais sobre a gestão e as iniciativas relacionadas aos temas, você pode clicar nos subtítulos, na primeira coluna da tabela.

## ● Governança

	2021
<b>Alta Liderança</b>	
Conselheiros independentes no Conselho de Administração (CA)	7 (88%)
Mulheres no CA	2 (25%)
Média de frequência dos membros do CA	100%
Conselheiros com quatro outros mandatos ou menos   GRI 2-9	2 (25%)
Tempo médio de mandato dos conselheiros - anos	7,2
Conselheiros com experiência no setor	4
<b>Ética</b>	
Colaboradores que declaram conhecer código de conduta	100%
Colaboradores treinados no código de conduta e anticorrupção nos últimos três anos   GRI 205-2	100%
Fornecedores que declaram conhecer código de conduta	100%
Fornecedores treinados no código de conduta nos últimos três anos	100%
Multas por práticas anticompetitivas   GRI 2-27	0
Caso em investigação por práticas anticompetitivas	0
Casos confirmados de corrupção ou propina   GRI 205-3	0
Total de denúncias de violações do código de conduta	855
% de denúncias com tratativa concluída	73,7%
% de denúncias com tratativa em andamento	26,3%
Total de denúncias sobre casos de discriminação e assédio registrados   GRI 406-1	84
<b>Representação política</b>	
Contribuições com associações representativas (R\$ milhares)	456,8
Contribuições com partidos políticos   GRI 415-1	0
Contribuições com representação de interesses políticos	0

2021

**Cibersegurança**

Casos de violações de privacidade de dados	0
Total de reclamações de clientes sobre privacidade	0
Total de pessoas impactadas por violações na privacidade de dados	0
Multas de órgãos reguladores relacionadas à cibersegurança e privacidade   GRI 2-27	0

**Qualidade**

Total de recall de produtos	0
-----------------------------	---

● **Social**

2021

**KPIs Moda responsável**

Fornecedores de revenda ( <i>tier 1 e 2</i> ) com certificação socioambiental - Meta 2021: 100%	100%
Produtos de vestuário menos impactantes - Meta 2021: 80%	81,3
Produtos com algodão certificado - Meta 2021: 100%	99,2

**Fornecedores** GRI 2-6 | SASB CG-AA-000.A (Indicadores incluem apenas Renner, exceto gastos com fornecedores administrativos que incluem demais empresas)

Fornecedores ativos	2.608
Gastos com fornecedores	R\$ 6,5 bi
Fornecedores de revenda que fabricam os produtos que vendemos ( <i>tier 1</i> )	533
Gastos com fornecedores de revenda Renner locais (Brasil)   GRI 204-1	67,8%
Fornecedores subcontratados de revenda ( <i>tier 2</i> - contratos pelos nossos fornecedores)	974
Fornecedores subcontratados de revenda ( <i>tier 2</i> ) locais (Brasil)	944
% de fornecedores de revenda <i>tier 1</i> auditados	87,7%
% de fornecedores de revenda <i>tier 2</i> auditados	100%
% de fornecedores de revenda <i>tier 1</i> críticos para a sustentabilidade (nível D)	1,5%
% de fornecedores de revenda <i>tier 2</i> críticos para a sustentabilidade (nível D)	1,6%
% de fornecedores de revenda <i>tier 1 e 2</i> críticos com planos de ação estabelecidos	100%

**Clientes**

% de clientes satisfeitos e muito satisfeitos	99,1%
---	-------

	2021
<b>Sociedade</b>	
Investimento social privado (R\$ milhões)	7,0
Percentual do investimento com incentivo fiscal	40,0%
Percentual do investimento com recursos próprios	60,0%
Valor das doações de produtos ou serviços (R\$ milhões)	17,0
Valor do trabalho voluntário (R\$ mil)	300,1
Gastos com a gestão do investimento social (R\$ mil)	455,8
<b>Colaboradores</b> GRI 2-7	
Total de colaboradores	25.705
Colaboradores cobertos por acordos de negociação coletiva   GRI 2-30	100%
Greves	0
Percentual de colaboradores (Brasil) com salário acima do salário justo ( <i>living wage</i> )	100%
Percentual de colaboradores no Brasil	96,9
Percentual de colaboradores no Uruguai	2,1
Percentual de colaboradores na Argentina	0,7
Percentual de colaboradores na China	0,3
Percentual de colaboradores em Bangladesh	0,04
Percentual de colaboradores de período integral*	96,3
Percentual de colaboradores de jornada parcial*	3,7
Percentual de colaboradores de tempo indeterminado**	95,8
Percentual de colaboradores de período determinado***	4,2
Percentual de estagiários	0,6
Relação entre o menor salário pago e o salário mínimo	1x
Benefício pós-emprego (contribuição com Fundo de Garantia por Tempo de Serviço para Aposentadoria junto ao estado)	100%
Colaboradores em cargo de liderança	2.931
Colaboradores em cargo de não liderança	22.678
<b>Diversidade</b> GRI 2-7, GRI 405-1, GRI 405-2	
Colaboradoras mulheres	64,6%
Cargos de liderança ocupados por mulheres	62,8%
Cargos de liderança júnior ocupados por mulheres	65,1%

\* Consideram somente colaboradores no Brasil e não considera Conselho. \*\* Não considera aprendizes, estagiários e trainees. \*\*\* Considera apenas trainee e aprendiz.

	2021
Cargos de liderança sênior ocupados por mulheres (máximo dois níveis do CEO)	31,6%
Cargos geradores de receita ocupados por mulheres	68,1%
Cargos STEM (ciência, tecnologia, engenharia e matemática) ocupados por mulheres	24,9%
Colaboradores negros (pretos e pardos) autodeclarados em censo	49,5%
Colaboradores brancos autodeclarados em censo	48,3%
Colaboradores asiáticos autodeclarados em censo	1,1%
Colaboradores indígenas autodeclarados em censo	0,7%
Colaboradores com raça não informada	0,5%
Cargos de liderança ocupados por colaboradores negros autodeclarados	33,0%
Cargos de liderança ocupados por colaboradores brancos autodeclarados	63,9%
Cargos de liderança ocupados por colaboradores asiáticos autodeclarados	1,3%
Cargos de liderança ocupados por colaboradores indígenas autodeclarados	0,3%
Cargos de liderança ocupados por colaboradores com raça não informada	1,6%
Colaboradores com deficiência (PCD)   GRI 2-23	3,8%
Colaboradores LGBTQIA+ autodeclarados	17,7%
Colaboradores transgêneros ou não binários	0,8%
Colaboradores até 29 anos	56,1%
Colaboradores entre 30 e 49 anos	40,1%
Colaboradores com 50 anos ou mais	3,8%
Relação entre o salário de mulheres /homens no nível executivo   GRI 405-2	0,83
Relação entre a remuneração (salário + benefícios) de mulheres/ homens no nível executivo   GRI 405-2	0,86
Relação entre o salário de mulheres/homens em demais cargos de liderança   GRI 405-2	0,84
Relação entre a remuneração (salário + benefícios) de mulheres/ homens em demais cargos de liderança   GRI 405-2	0,84
Relação entre a remuneração de mulheres/homens em demais cargos (não liderança)   GRI 405-2	0,86
Índice de retenção de mulheres após 12 meses do retorno da licença maternidade   GRI 401-3	77,9%
<b>Treinamento e desenvolvimento</b>	
Média de horas (e dias) de treinamento por colaborador   GRI 404-1 *	66 (8,3)
Média de horas de treinamento para não lideranças   GRI 404-1 *	68
Média de horas de treinamento para lideranças   GRI 404-1 *	50
Média de horas de treinamento para executivos   GRI 404-1 *	43

\* Não inclui Conselho. Não inclui Youcom e Camicado.

	2021
Média de investimento em treinamento por colaborador (R\$)	565,78
Colaboradores que passaram por avaliação de desempenho   GRI 404-3	93%
<b>Atração e retenção</b> GRI 401-1	
Contratações	12.743
Taxa de contratações	49,8%
Taxa de contratação de mulheres	49,1%
Taxa de contratação de homens	50,7%
Taxa de contratação Argentina	21,3%
Taxa de contratação Bangladesh	33,3%
Taxa de contratação Brasil	50,2%
Taxa de contratação China	24,1%
Taxa de contratação Uruguai	42,5%
Taxa de contratação de colaboradores até 29 anos	64,7%
Taxa de contratação de colaboradores entre 30 e 49 anos	31,7%
Taxa de contratação de colaboradores de 50 anos ou mais	11,1%
Percentual de vagas abertas ocupadas por candidatos internos	56,0%
Custo médio de recrutamento por vaga (R\$)	492,2
Total de desligamentos	11.921
Índice de rotatividade	46,6%
Índice de rotatividade voluntária	24,0%
Índice de rotatividade de mulheres	46,0%
Índice de rotatividade de homens	48,3%
Índice de rotatividade Argentina	29,5%
Índice de rotatividade Brasil	47,6%
Índice de rotatividade Uruguai	12,3%
Índice de rotatividade de colaboradores até 29 anos	57,0%
Índice de rotatividade de colaboradores entre 30 e 49 anos	34,1%
Índice de rotatividade de colaboradores com 50 anos ou mais	22,4%
Adesão à pesquisa de engajamento	78%
Engajamento de colaboradores	89%

	2021
Engajamento de colaboradores negros	90,5%
Engajamento de colaboradores brancos	89%
Engajamento de colaboradores asiáticos	83%
Engajamento de colaboradores indígenas	90%
Engajamento de colaboradores até 24 anos	90%
Engajamento de colaboradores entre 25 e 44 anos	89,5%
Engajamento de colaboradores com 45 anos ou mais	94%
<b>Saúde e segurança</b>	
Óbitos relacionados ao trabalho	0
Taxa de frequência de acidentes com afastamento*	0,9
Taxa de doenças ocupacionais	0

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

## ● Ambiental

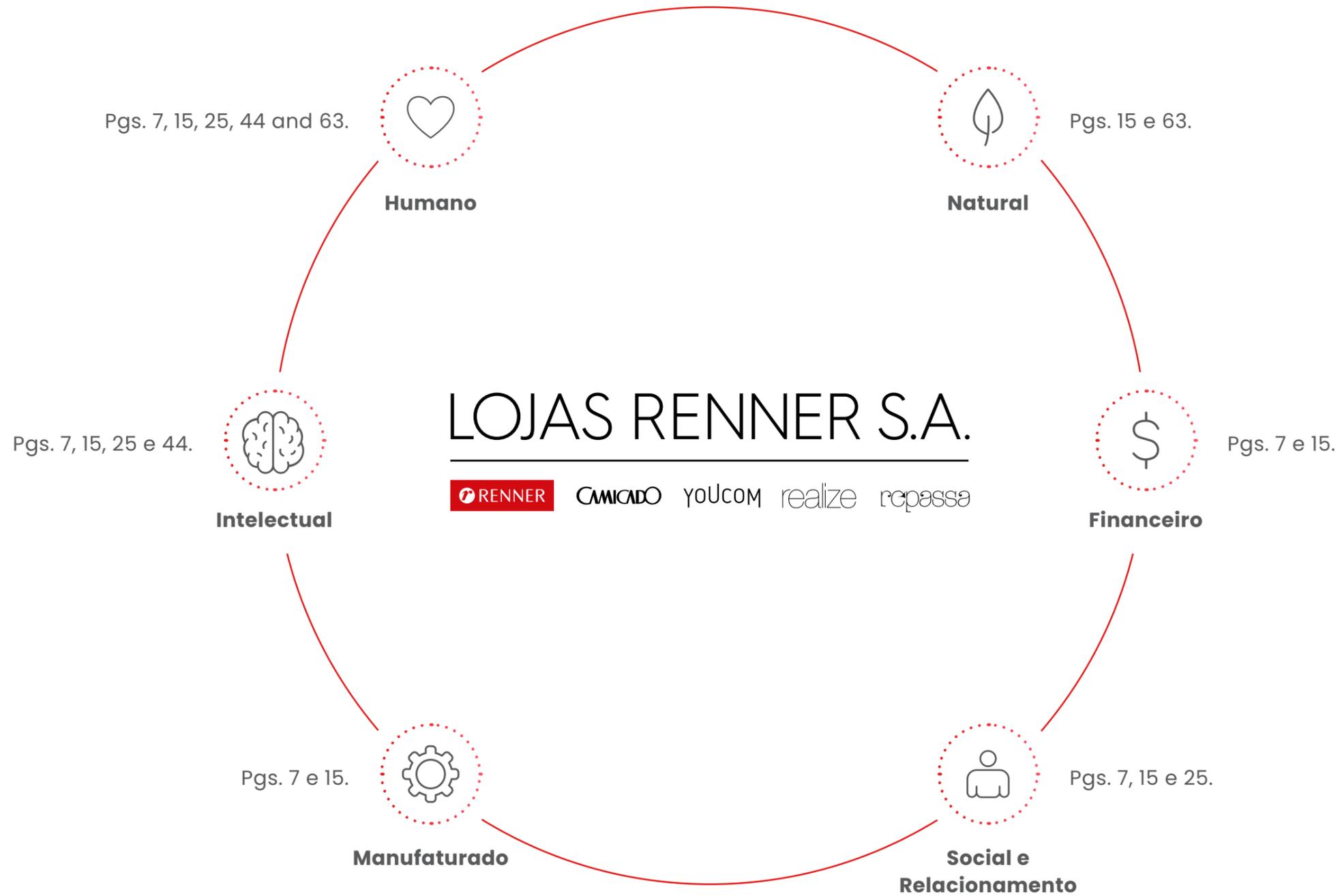
	2021
<b>KPIs Moda responsável</b>	
Redução das 100% emissões absolutas de CO <sub>2</sub> (escopos 1, 2 – escolha de compra – e 3) frente ao inventário 2017 – Meta 2021: 20%	-35,4%
Consumo de energia corporativo de fontes de energias renováveis de baixo impacto (pequenas centrais hidrelétricas, solar, eólica e biomassa) – Meta 2021: 75%	100%
Percentual da cadeia global de fornecedores de revenda (tier 1 e 2) com certificação socioambiental – Meta 2021: 100%	100%
Percentual de produtos de vestuário menos impactantes* – Meta 2021: 80%	81,3
% de produtos com algodão certificado – Meta 2021: 100%  SASB CG-AA-440a.2	99,2
<b>Gestão</b>	
% de operações cobertas por sistema de gestão ambiental	100%
Multas ou indenizações ambientais   GRI 2-27	0
<b>Emissões</b>	
Emissões escopo 1   GRI 305-1	4.979,5
Emissões escopo 2 – escolha de compra  GRI 305-2	0
Emissões escopo 2 – localização   GRI 305-2	23.055,3
Emissões escopo 3   GRI 305-3	23.383,6
Intensidade de emissões (tco <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup> da área construída)   GRI 305-4	0,030
Investimento em P&D relacionado às mudanças climáticas	R\$ 170 mil

\* Produtos de vestuário da linha mole da Renner.

	2021
<b>Energia</b>	
Consumo de energia (mil GJ)   GRI 302-1	661,7
Intensidade energética (mil GJ/m <sup>2</sup> )   GRI 302-3	0,647
Gastos com energia (R\$ milhões)	162,1
Gastos com energia relativos (R\$ gasto/R\$ receita líquida)	0,015
Percentual de energia renovável	100
<b>Água</b>	
Consumo total de água (100% de abastecimento de concessionárias)*	128.751 m <sup>3</sup>
<b>Resíduos</b>	
Volume de resíduos gerados (ton)   GRI 306-3	2.771,8
% de resíduos não reciclados   GRI 306-3	8,0
% de resíduos perigosos   GRI 306-3	0,3
% de resíduos reciclados   GRI 306-3	92,0%
Intensidade de geração de resíduos (Ton de resíduos gerados por R\$ milhão de receita operacional líquida) GRI 306-3	0,257
<b>Consumo das principais Matérias-Primas (vestuário) GRI 301-1</b>	
Algodão (ton)	16,9
Poliéster (ton)	4,5
Viscose (ton)	5,4
Poliamida (ton)	2,9
<b>Produtos menos impactantes</b>	
% de viscose certificada	93,1%
% de produtos a partir de fibra de madeira (viscose, modal e liocel) com garantia de produção responsável	92,9%
Total de consumo de plástico em embalagens (toneladas)	1.634 (36,1%)
Total de consumo de papel/papelão em embalagens (toneladas)	2.891 (63,9%)
% do plástico usado nas embalagens que é reciclável	32%
% do plástico usado nas embalagens que é proveniente de reciclagem	0,1%
Resíduos coletados pelo Ecoestilo de perfumaria - logística reversa (ton)	48,3
Resíduos coletados pelo Ecoestilo de roupas - logística reversa (ton)	5,6

\* Dado apresentado em 2020, de 292 mil m<sup>3</sup> de água consumidos, foi recalculado e corrigido para o total de 115,2 mil m<sup>3</sup>.

# mapa de **capitais**



## mapa de ods prioritários



### Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas.

- Garantir a equidade nas condições de emprego, capacitação e benefícios para mulheres
- Empoderamento da mulher na cadeia têxtil
- Apoiar mulheres através de projetos e iniciativas de desenvolvimento social

**Colaboradores, pg. 45**

**Apoio ao desenvolvimento, pg. 45**

**Apoio às comunidades, pg. 56**

**Diversidade e inclusão, pg. 39**



### Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todas e todos.

- Criar oportunidade de trabalho dentro da nossa operação e, indiretamente, em nossos fornecedores;
- Fomentar a defesa aos direitos humanos em nossas operações e cadeia de suprimentos; e
- Promover o desenvolvimento e crescimento econômico através do apoio social

**Fornecedores responsáveis, pg. 49**

**Apoio ao desenvolvimento, pg. 54**

**Apoio às comunidades, pg. 56**



### Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles.

- Criar oportunidade de trabalho dentro da nossa operação e, indiretamente, em nossos fornecedores;
- Fomentar a defesa aos direitos humanos em nossas operações e cadeia de suprimentos; e
- Promover o desenvolvimento e crescimento econômico através do apoio social

**Fornecedores responsáveis, pg. 49**

**Apoio às comunidades, pg. 56**



### Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis.

- Gerir os impactos socioambientais envolvidos no ciclo de vida de nossos produtos;
- Agir junto aos fornecedores para monitorar, controlar e fomentar processos produtivos responsáveis;
- Promover a sensibilização de nossos clientes para um consumo sustentável;

**Gestão dos riscos, pg. 34;**

**Fornecedores responsáveis, pg. 49**

**Lojas ecoeficientes, pg. 69**

**Combate às mudanças climáticas, pg. 64**

**Apoio às comunidades, pg. 56**

**Clientes, pg. 60**

**Transição para economia circular, pg. 69**



### Tomar medidas urgentes para combater a mudança climática e seus impactos.

- Assegurar estratégia de redução de emissões e mitigação das mudanças climáticas
- Neutralização, desde 2015, de 100% das nossas emissões; e
- Reduzir consumo de combustíveis.

**Lojas ecoeficientes, pg. 69**

**Combate às mudanças climáticas, pg. 64**



### Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável.

- Participação ativa em organizações para o desenvolvimento do setor e para a promoção da sustentabilidade

**Compromisso estratégico com a Moda Responsável, pg. 16**

# asseguração

GRI 2-5

KPMG Assurance 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  
[kpmg.com.br](http://kpmg.com.br)

## Relatório de asseguração limitada dos auditores independentes

Ao Conselho de Administração  
e Acionistas  
**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 2021 da Lojas Renner (‘Relatório’)” acompanhadas a esse relatório, relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2021.

### 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 2021” de acordo com os Standards para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative – GRI, com o Sustainability Accounting Standard – Apparel, Accessories & Footwear do Sustainability Accounting Standards Board (SASB), com o Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), 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, com base nos trabalhos de asseguração limitada conduzidos 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 equiva-

lente 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, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

A KPMG Assurance Services Ltda. (“KPMG”) aplica as normas brasileira e internacional sobre controle de qualidade, e conseqüentemente, mantém um sistema abrangente de controle de qualidade incluindo políticas e procedimentos documentados relativos ao cumprimento de normas éticas e profissionais, além dos requisitos legais e regulatórios aplicáveis. Cumprimos com o código de ética abrangente incluindo requerimentos detalhados de independência, estabelecidos com base nos princípios éticos de integridade, objetividade, competência e zelo profissional, confidencialidade e o comportamento profissional.

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, 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, 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 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, 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 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 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), com o Sustainability Accounting Standard - Apparel, Accessories & Footwear do Sustainability Accounting Standards Board (SASB), e com o Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD);

**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;
- análise de evidências que suportam as informações divulgadas;

**e.** análise da razoabilidade das justificativas das omissões de indicadores de desempenho associados a aspectos e tópicos apontados como mate-

riais na análise de materialidade da Companhia.

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 asseguração limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguração razoável. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguração razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguração razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório.

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.

#### **BASE PARA CONCLUSÃO COM RESSALVA**

A Lojas Renner declara que seu Relatório Anual foi elaborado de acordo com as recomendações da TCFD - Task Force on Climate-Related Financial Disclosures. Contudo, a Companhia não cumpriu integralmente todos requisitos da TCFD com relação aos seguintes temas: (i) Estratégia (riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas que a organização identificou em curto, médio e longo prazos, impactos dos riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas sobre os negócios, a estratégia e o planejamento financeiro da organização, resiliência da estratégia da organização, considerando diferentes cenários de mudanças climáticas, incluindo um cenário de 2°C ou menos); (ii) Gestão de Riscos (processos utilizados pela organização para identificar, avaliar e gerenciar os riscos relacionados às mudanças climáticas) e (iii) Métricas e metas (métricas utilizadas pela organização para avaliar os riscos e oportunidades relacionados às mudanças climáticas de acordo com sua estratégia e seu processo de gestão de riscos).

#### **CONCLUSÃO COM RESSALVA**

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, exceto pelos efeitos, se houver, do assunto descrito no parágrafo Base para conclusão com ressalva, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relatório Anual 2021 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), com o Sustainability Accounting Standard - Apparel, Accessories & Footwear do Sustainability Accounting Standards Board (SASB), com o Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 27 de abril de 2022



KPMG Assurance Services Ltda.  
CRC 2SP-023228/O-4

Sebastian Yoshizato Soares Contador  
CRC 1SP257710/O-4

# créditos

GRI 2-3, 2-23

## COORDENAÇÃO

Diretoria de Gente e Sustentabilidade

Diretoria de Relações com Investidores

Diretoria de Controladoria

Diretoria de Marketing

## CONSULTORIA, CONTEÚDO, TRADUÇÕES E LAYOUT

RICCA Sustentabilidade

<https://riccari.wixsite.com/sustentabilidade>

## FOTOGRAFIA

Alexandre Furcolin (pg. 16, 63, 75) Gleeson Paulino (pg. 41 e 44)

Alvaro Giargulo (pg. 40)

João Arraes (pg. 1)

Brun Filmes (pg. 58)

Juliana Rocha (pg. 15 e 50)

Bruna Castanheira (pg. 7 e 25)

Julio Bittencourt (pg. 6)

Cai Ramalho (pg. 39)

Leonir Taborda (pg. 61)

Clarissa Londero (pg. 48)

Lucas Jones Dias (pg. 69, 70 e 71)

Enel Brasil (pg. 79)

Lucas Moura (pg. 59)

Fabiano Panizzi (pg. 6 e 11)

Wagner Bruni (pg. 52)

Falcons Filme (pg. 37 e 56)

## COLABORAÇÃO

Este relatório foi produzido graças à contribuição de um time de trabalho multidisciplinar comprometido com a Moda Responsável, a quem queremos agradecer e dedicar esta publicação.

## para saber mais

Políticas que reafirmam nosso compromisso com a geração de valor para a sociedade:

POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE

POLÍTICA DE DIREITOS HUMANOS

CÓDIGO DE CONDUTA

CÓDIGO DE CONDUTA PARA FORNECEDORES

Resultados detalhados, comentados pela Administração: DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Panorama geral sobre aspectos relevantes do negócio como governança corporativa e gestão de riscos: FORMULÁRIO DE REFERÊNCIA

Caso busque informações adicionais sobre nosso compromisso com a Moda Responsável, escreva para nossa gerência de sustentabilidade. O time ficará feliz em atendê-lo: sustentabilidade@lojasrenner.com.br