

2021

INVESTOR**DAY**

LOJAS RENNER S.A.

 **RENNER**  **CMIGADO**  **yoUcom**  **realize**



programação

manhã

9:00 às 9:40

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Fabio Faccio
Diretor Presidente

9:40 às 10:20

DESENVOLVIMENTO DO ECOSISTEMA

Fabio Faccio
Diretor Presidente

10:20 às 11:00

ESTRATÉGIA REALIZE

Gustavo Maniero
Diretor da Realize CFI

11:00 às 11:10

INTERVALO

11:10 às 12:30

NOVAS ESTRUTURAS

Alessandro Pomar
Diretor de TI

Tomás Durandeu
Diretor de Dados

Guilherme Reichmann
Diretor de Estratégia e Novos Negócios

Alvaro Azevedo
Diretor Adm. e Financeiro e de RI

12:30 às 13:00

Q&A

13:00 às 15:00

INTERVALO

tarde

15:00 às 16:00

ESG DAY

Fabio Faccio
Diretor Presidente

Clarice Costa
Diretora de RH

Eduardo Ferlauto
Gerente Geral de Sustentabilidade

Alvaro Azevedo
Diretor Adm. e Financeiro e de RI

16:00 às 16:30

Q&A

16:30

ENCERRAMENTO

pilares de atuação

DIGITALIZAÇÃO

INOVAÇÃO

SUSTENTABILIDADE

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

DESENVOLVIMENTO ECOSISTEMA

ESTRATÉGIA REALIZE

NOVAS ESTRUTURAS

ESG

Gestão da mudança para a transformação digital

Digitalização dos processos core

Cenário em transformação e modelo de negócios

Nova proposta de valor

Desenvolvimento do ecossistema de moda e lifestyle

Loyalty e conteúdo como elo do ecossistema

Sólida base de atuação

Proposta de valor

Potencial de valor combinado com varejo

Conta digital e PIX como alavancas

Novo papel de TI e oficina de agilidade

Desenvolvimento da área de dados

Criação da área de estratégia e novos negócios

Efeitos na rentabilidade

ESG para a construção de um ecossistema durador

Estratégia Moda Responsável

Compromissos públicos 2021

Governança Corporativa

Oportunidades de desenvolvimento

varejo

+

banking

=

dados > novos negócios > rentabilidade

Transformação **digital**

Nossos ciclos

Fundações ciclo digital

O que é ser digital para Lojas Renner S.A.

Transformação de mindset

Digitalização dos processos core



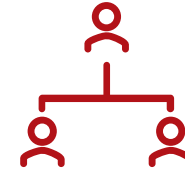
Nossos **ciclos**

Nossa trajetória tem se desenvolvido através de diferentes ciclos



EMPRESA FAMILIAR

1991 - 1998



SUBSIDIÁRIA JCPENNEY

1998 - 2005



CORPORATION

2005 - 2012



FAST RETAILER

2012 - 2019

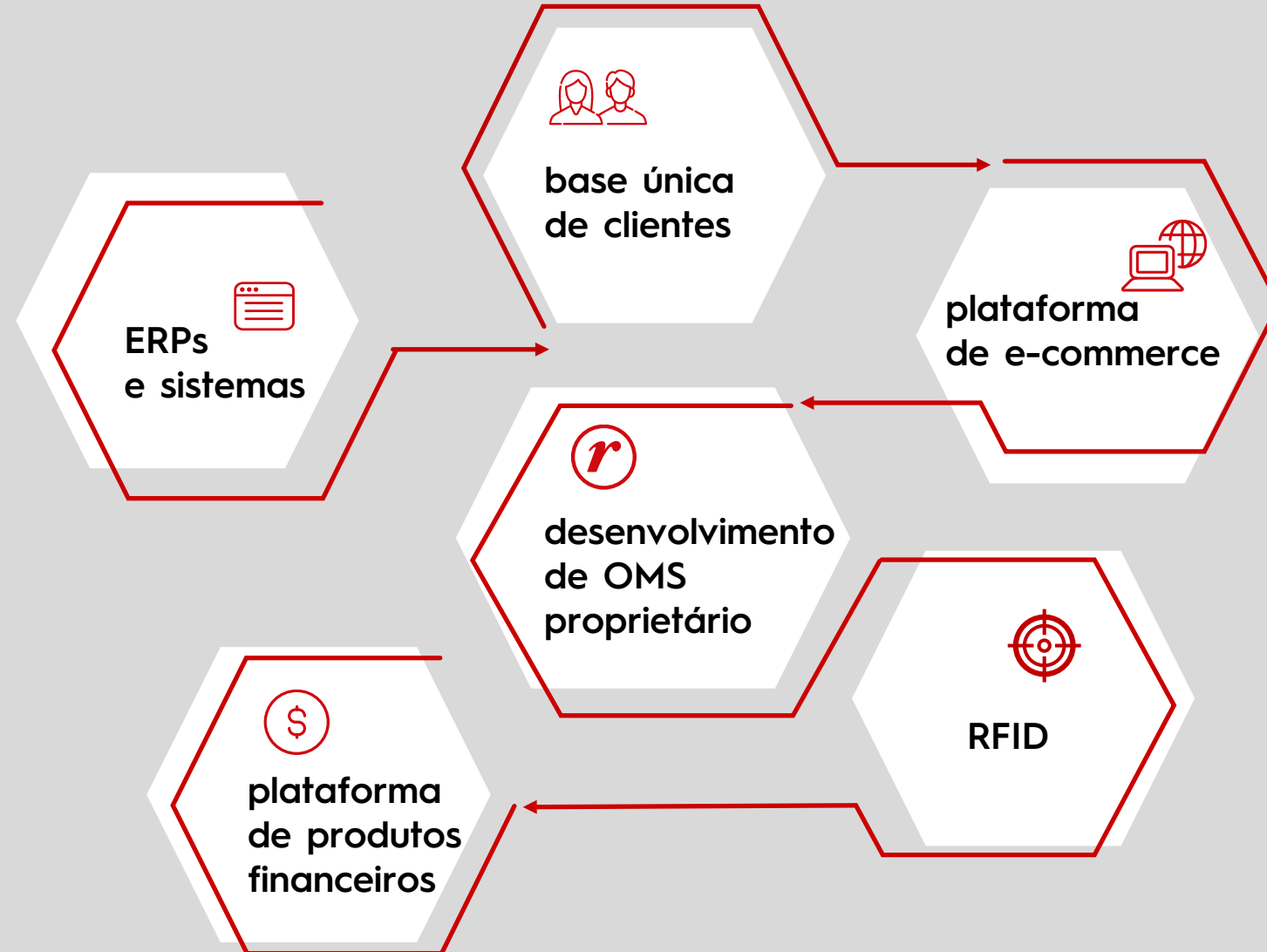


CICLO DIGITAL

2018/2019 - ...

Fundações para o ciclo digital

No ciclo de
Fast Retailer
investimos nas
fundações para
o Ciclo Digital



O que é ser digital
para a Lojas Renner

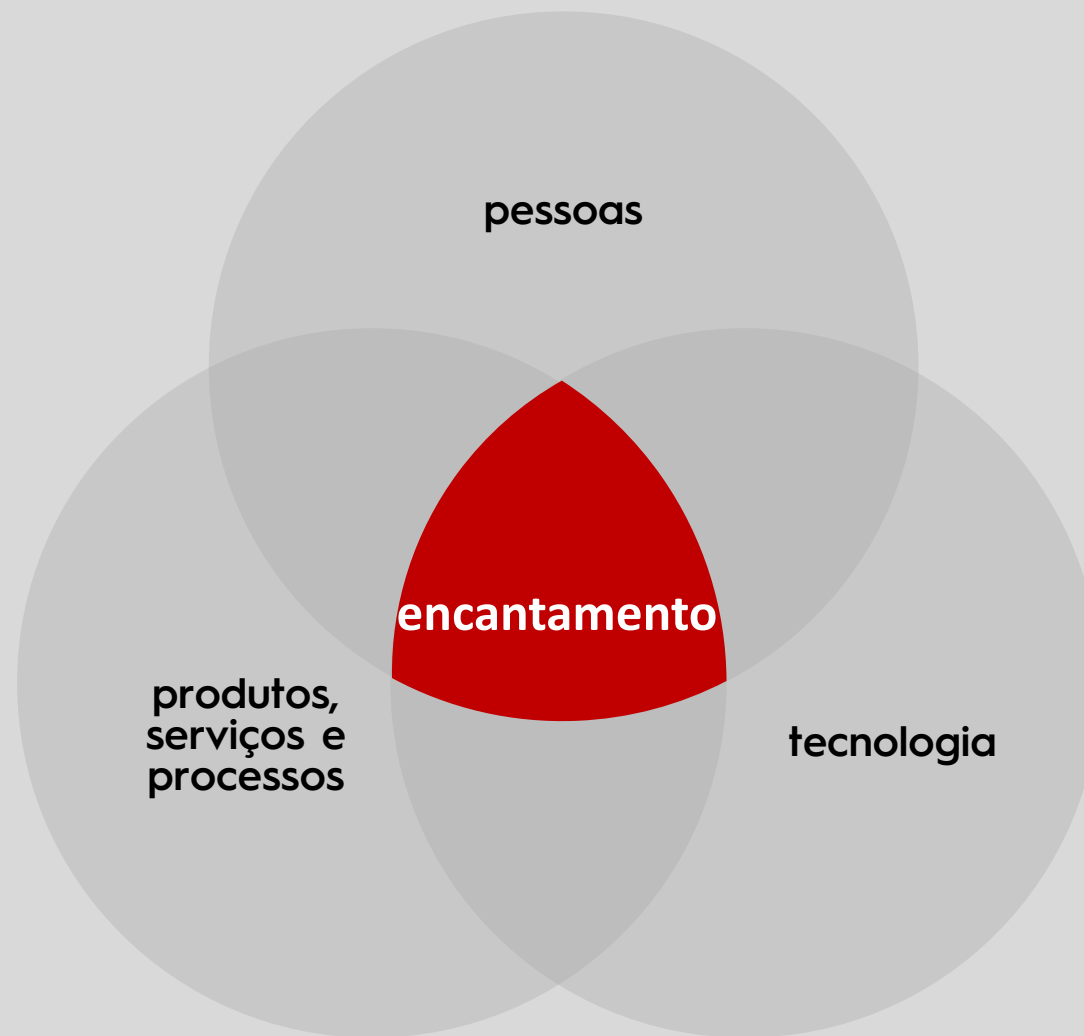
...e definimos o papel da
digitalização para a Companhia

**“encantar
é a nossa
realização”**

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

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

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



Transformação de Mindset

Através da gestão da mudança em todos os níveis

Estudo

- Digital Day
- Estudos de caso
- Criação de pilares e macro objetivos da transformação digital

Sensibilização

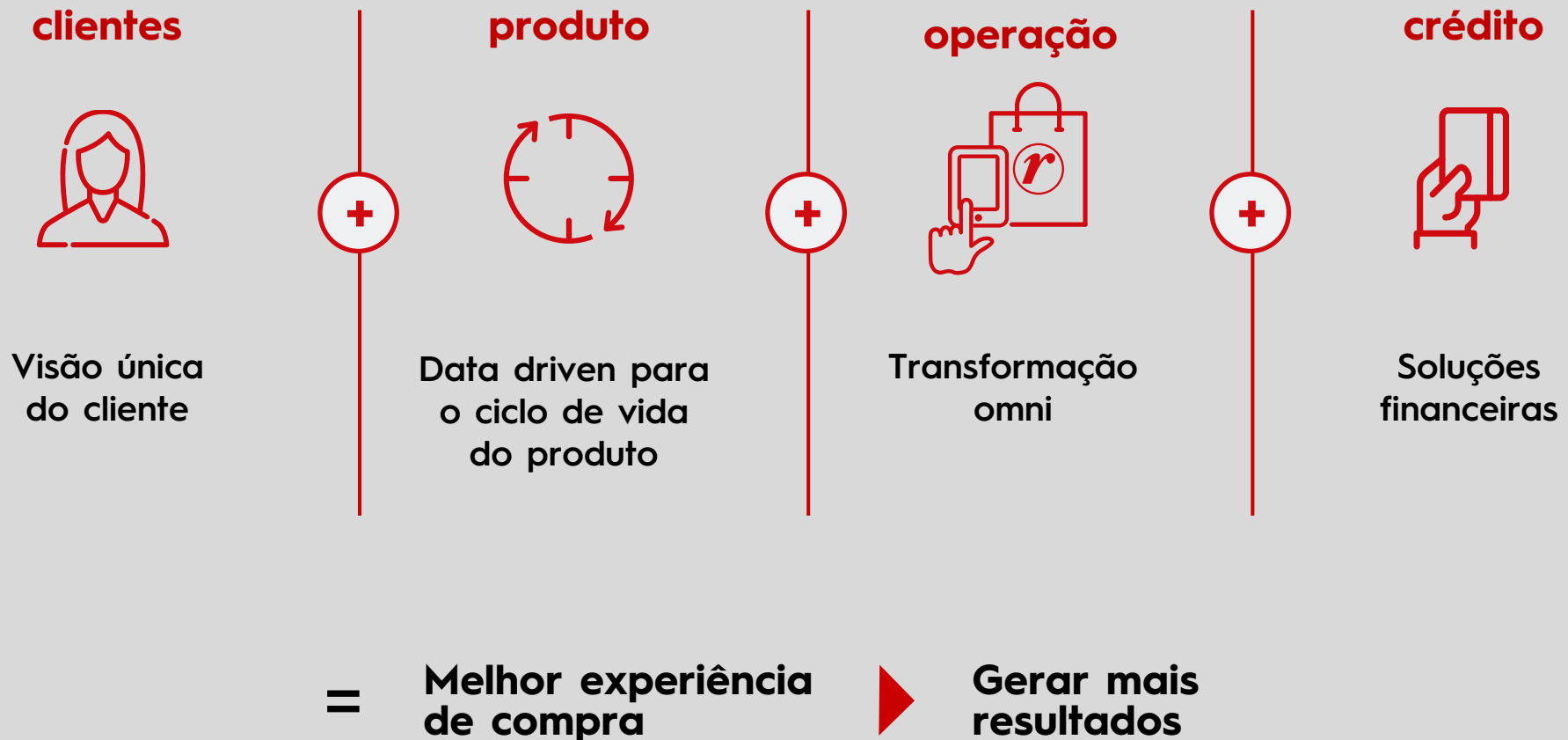
- Alinhamento estratégico
- Comitê digital
- Jornada do cliente
- Formação do grupo agile fashion
- Benchmarks e workshops

Experimentação Desdobramento Execução

- Projetos Estruturantes
- Grupo Rennova
- Aceleração do mindset digital
- Visão estratégica com Bain&Company
- Parceria com Endeavor e Instituto Caldeira
- Desconvenção de Líderes

Digitalização dos **processos core**

Uso de tecnologia para transformar as principais áreas do negócio





Digitalização dos **processos core**

No relacionamento com clientes,
a partir de uma visão única



ATRAVÉS DE

- Big data
- Comunicação personalizada
- Transformação de dados em ações
- Interações com o cliente

= Alavancagem de vendas, rentabilização da base de clientes, encantamento e fidelidade



Digitalização dos **processos core**

Que possibilita maior conhecimento da base de clientes

13MM

**clientes
na base ativa**
+1,6% vs a.a.



73%

**transações
identificadas**
+15 pp vs a.a.



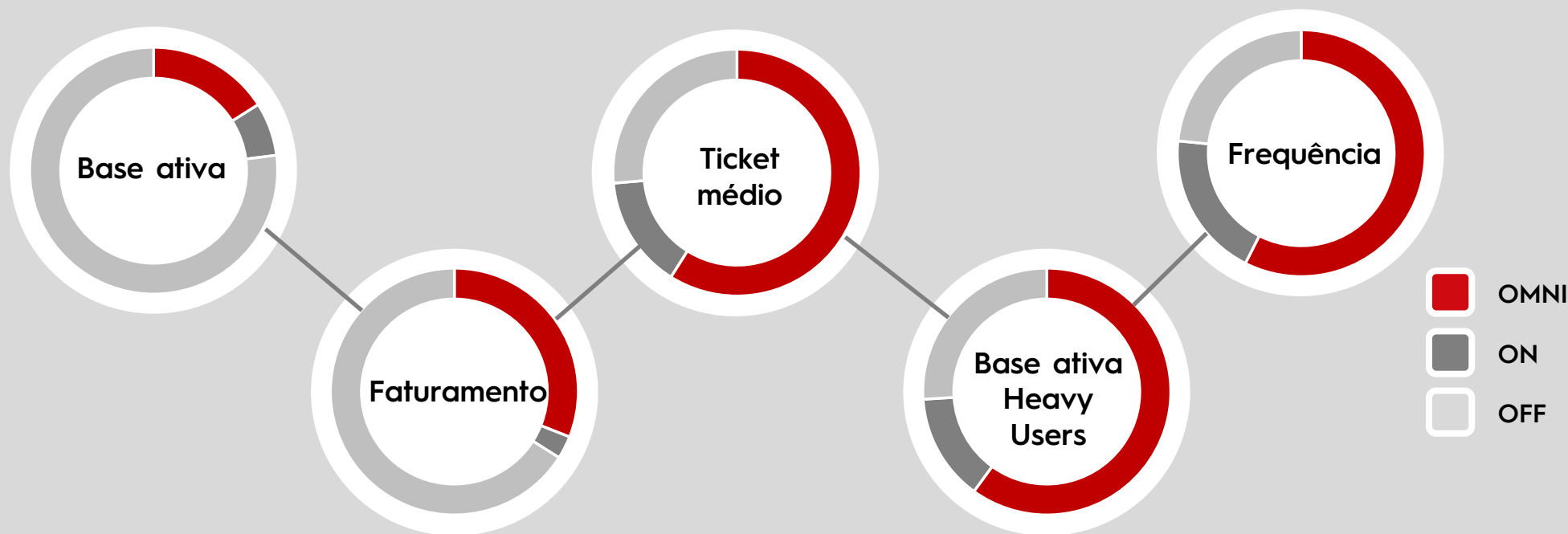
80%

**faturamento
identificado**
+12 pp vs a.a.



Digitalização dos **processos core**

Que possibilita maior conhecimento da base de clientes





Digitalização dos **processos core**

Identificação e segmentação por momento do cliente

Análise e **transformação** de dados integrados



CRITÉRIOS

- % da base
- % do faturamento
- Gasto acumulado/ano
- Ticket médio
- Compras/ano
- Categorias distintas/ano

Digitalização dos **processos core**

Recomendações de produtos mais personalizadas



Motor Renner de recomendação (NBO) régua de relacionamento

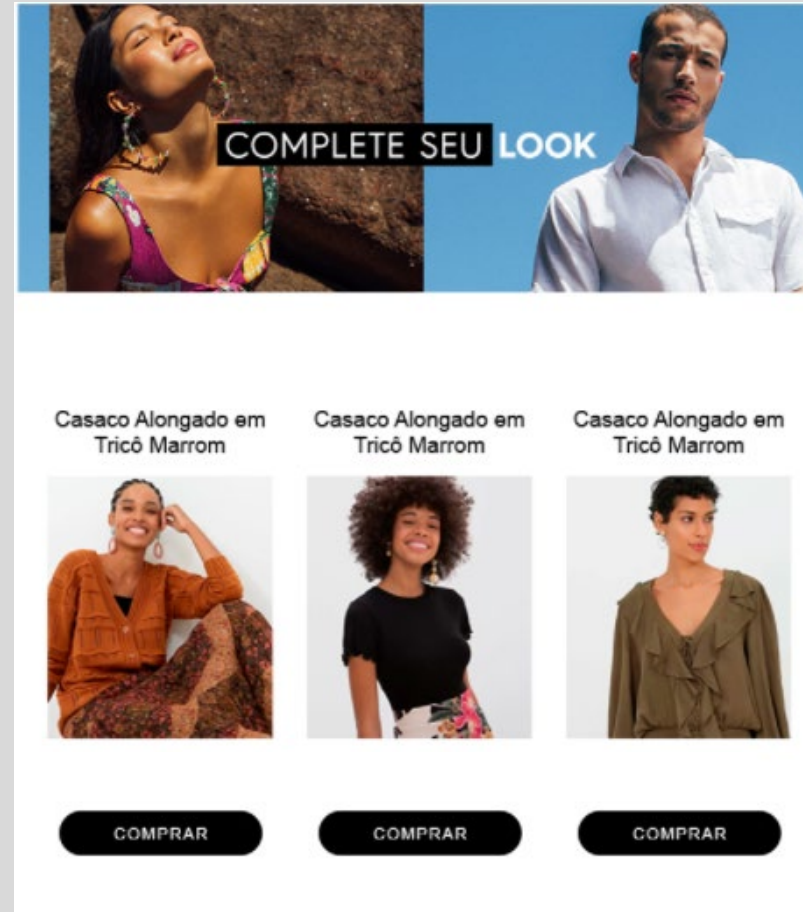
definição de temas relevantes para o momento

segmentação por momento

curadoria de categorias relevantes para os segmentos

cálculo de propensão de compra + categoria

recomendação personalizada com base nos clientes



Digitalização dos **processos core**

Maior alcance de base para campanhas de marketing



Digitalização dos processos core

Personalização e automação das campanhas e incentivo à omnicanalidade e serviços financeiros

Novo modelo de gestão de campanhas

Incentivo ao uso dos cartões



Potencialização das experiências digitais



Personalização do conteúdo temas relevantes



Estímulo ao uso do app



Lançamento de nova experiência de compra



Alavancagem de novos canais de vendas





Digitalização dos **processos core**

Que geraram venda adicional

**Visão única
do cliente**

+300

campanhas automatizadas
realizadas em larga
escala

redução de 50%

no número de contatos
com incremento de

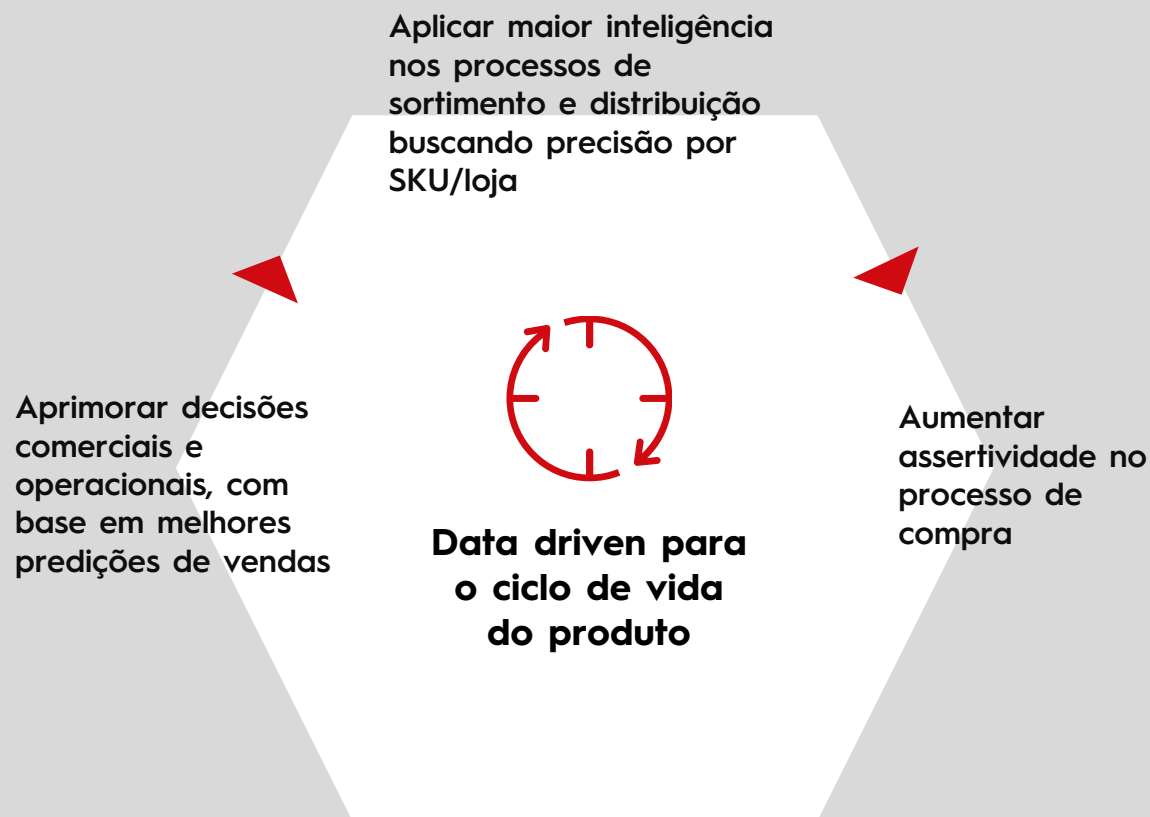
80% na taxa de

conversão
(2S20 vs 2S19)



Digitalização dos **processos core**

No desenvolvimento de produtos,
através de data driven decision para o
ciclo de vida dos itens



ATRAVÉS DE

- Inteligência artificial
- Algoritmos
- Predição de vendas
- Agilidade nas decisões
- Distribuição de sortimento
- Estoques menores
- Desenvolvimento de produto

= Maior otimização da cadeia do valor, menor
necessidade de remarcações e maior encantamento

Digitalização dos **processos core**

Tecnologia para gestão do processo de desenvolvimento de coleção

PLM

product lifecycle management

- 100% dos fornecedores nacionais integrados ao sistema
- Integração com fornecedores internacionais em andamento
- Processos padronizados
- Rastreabilidade do ciclo do produto
- Gestão de fornecedores e materiais
- Menor lead time



Digitalização dos **processos core**

Uso de **Advanced Analytics** para prever o comportamento das vendas

Forecast de vendas

- Modelo de predição de vendas de curto prazo, com alto nível de assertividade
- Maior segurança na tomada de decisões
- Redução do prazo de geração do forecast de 2 semanas para 2 horas
- Modelo para análise de performance de vendas para tomada de ações corretivas em evolução





Digitalização dos **processos core**

Acuracidade na compra e distribuição de produtos

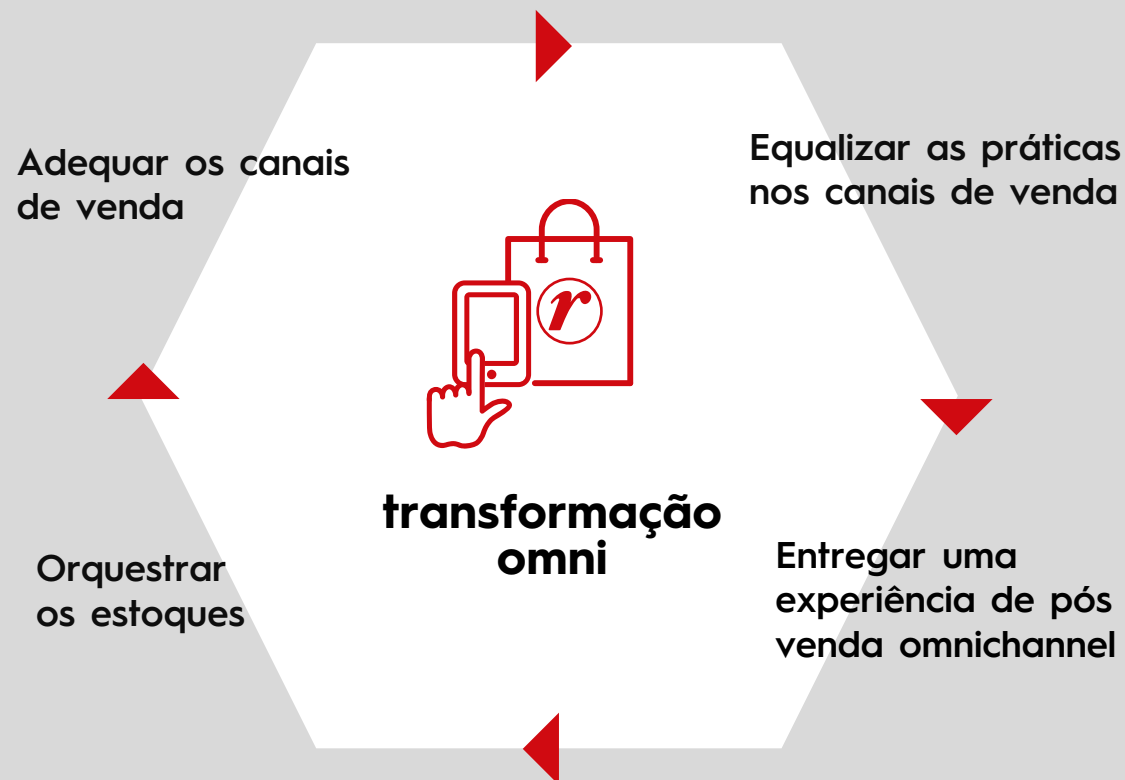
Algoritmos

para compra e distribuição dos produtos

- **100% do processo de alocação de itens básicos**, orientados a dados na Renner, sendo 57% destes com **utilização de IA**, sem intervenção humana (17% do total)
- **Aumento de 16,9% nas vendas e redução de 15% nos estoques**, nos itens com utilização de IA, sem intervenção humana
- **Boa prática** já implementada na Youcom e na Camicado
- Utilização de **IA para melhorar o processo de compra**

Digitalização dos **processos core**

Na operação, a partir da oferta omni



ATRAVÉS DE

- Uso de estoques das lojas
- Delivery mais rápido
- Menor custo de entrega
- Conveniência, mobilidade e flexibilidade
- Integração de canais

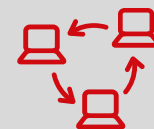
== **Maior giro de mercadorias, menor necessidade de remarcações, melhor nível de serviço e encantamento**

Digitalização dos **processos core**

Aumento relevante da participação das vendas digitais



Fluxo: +134%
mais da metade pelo app



Novos clientes: +160%
70% da base total
50% das vendas digitais



Downloads: 17,8MM (+205% em 2020)



App de moda mais baixado



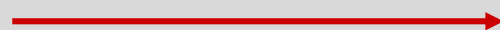
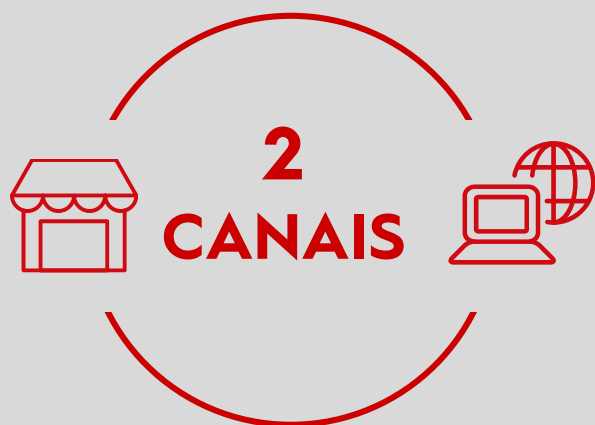
Crescimento de **126%** nas vendas digitais em 2020

Penetração de **12,3%** em 2020



Digitalização dos **processos core**

Ampliação dos canais de vendas





Digitalização dos **processos core**

Mais facilidade, agilidade e autonomia no checkout

mais facilidades

Venda móvel

17% das vendas das lojas



mais autonomia

Self checkout

12% das vendas das unidades onde o serviço está **disponível**



Pague digital

em todas as lojas, com **+230 mil operações** realizadas em 2020



menos rupturas

Venda digital

~30 mil pedidos faturados em 2020



25% das vendas das lojas realizadas através de checkout móvel



Digitalização dos **processos core**

Maior conveniência e nível de serviço nas entregas

TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Retira em loja

100% das unidades



Ship from Store

Renner: 100% habilitado, com envios em +180 lojas
Youcom: 45% das lojas
Camicado: +50% das lojas



Drive thru

Agendamento via assistente virtual



Prateleira Infinita

40% dos pedidos online atendidos com itens exclusivos de loja



Novo CD omni

Construção segue conforme cronograma



Spending clientes omni

3x maior
que clientes on e off

Até

40%

das vendas atendidas com estoques de lojas



Digitalização dos **processos core da companhia**

Novo CD para atendimento da operação omni e todo ecossistema

LOCALIZAÇÃO Cabreúva - SP

ÁREA 163 mil m²

INÍCIO DE OPERAÇÃO 2022

- Certificação LEED Gold
- Totalmente automatizado
- Operação unificada (Renner, Ashua, Youcom e Camicado)
- Maior sinergia entre os negócios
- Redução de lead time e ganhos de produtividade
- Suportar o crescimento do e-commerce e expansão internacional



Digitalização dos **processos core da companhia**

Em crédito, com a digitalização da Realize



ATRAVÉS DE

- Uso de dados
- Biometria
- Concessão, negociação e emissão digital
- Atendimento virtual

= maior rentabilidade, nível de serviço e encantamento

Digitalização dos **processos core da companhia**

Em crédito, com a digitalização da Realize na captação de clientes

Emissão de Cartão Renner através de biometria facial e app

Captação online

Ampliação da abrangência do Meu Cartão

Plataforma de benefícios (+150 parceiros)

CDB como investimento

Cashback

Campanhas

1,2 MM

de novos cartões emitidos em 2020

+20%

da captação atual vem do processo de mar aberto

41,4%

das vendas foram efetuadas através dos cartões

Digitalização dos **processos core**

Em crédito, com a digitalização do processo de limites e cobrança



Aprovação de crédito online



Aumento e reanálise de limite diretamente pelo app



Parcelamento de fatura do Meu Cartão pelo app



Upgrade digital para o Meu Cartão



Implantação de dois novos portais digitais de negociação virtual

+ R\$ 500 MM

incrementais com as ações de aumento de limite na Black Friday e Natal

+ 2,8 MM de acordos
e **~40%** feitos digitalmente

Digitalização dos **processos core da companhia**

Aumento significativo na digitalização do cliente



20 MM de acessos mensais nos canais digitais

86% dos clientes ativos utilizam a experiência digital

+ 1,6 MM de acessos à assistente virtual
(~4 mil / dia)



Digitalização dos **processos core da companhia**

Reconhecimento de marca e níveis recordes de encantamento de clientes em 2020

PROPÓSITO

Encantar a todos é a nossa realização

Valor de marca reconhecido pelos clientes

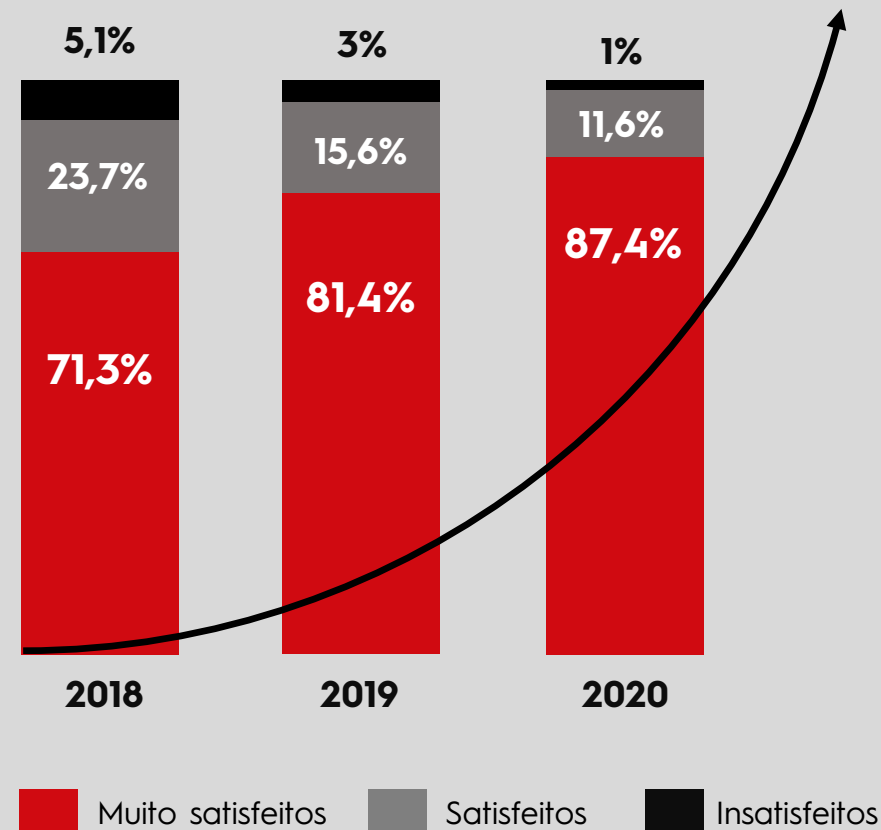
BRANDZ™

8º lugar

**Interbrand
Marcas Brasileiras
Mais Valiosas
2020**

11º lugar

Satisfação dos clientes encantômetro



Digitalização dos **processos core da companhia**

Líder no varejo de moda físico

Líder das marcas de moda e **Top10** das maiores marcas do Brasil

Líder absoluto em encantamento no segmento de moda

2º no varejo **online** de moda especializado



Ampliação de 2 para **10 canais**

Footprint de supply automatizado, ampliado e conectado

20 MM de clientes ativos (Renner+Realize)

Presença física cobrindo **+50%** da **população brasileira**



Desenvolvimento **Ecosystema**

Cenário em transformação

Ecosystema como modelo de negócio

Ecosystema de moda e lifestyle

Cenário em **transformação**



Estamos passando por uma **revolução digital**

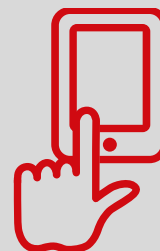
Redução de custos
transacionais



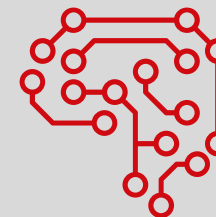
Aumento do **uso de dados**



Utilização de **interfaces mobile**



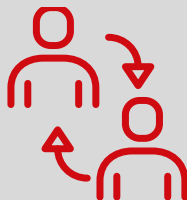
Crescimento do poder de **inteligência artificial**



Novas expectativas dos consumidores + Redefinição das fronteiras de cada setor

Cenário em
transformação

Companhias precisarão se adaptar e
capturar oportunidades de maneira ágil



novos concorrentes

**posicionamento e
oportunidades**

liderança

“as fronteiras entre
setores desaparecerão”

“será um diferencial
competitivo”

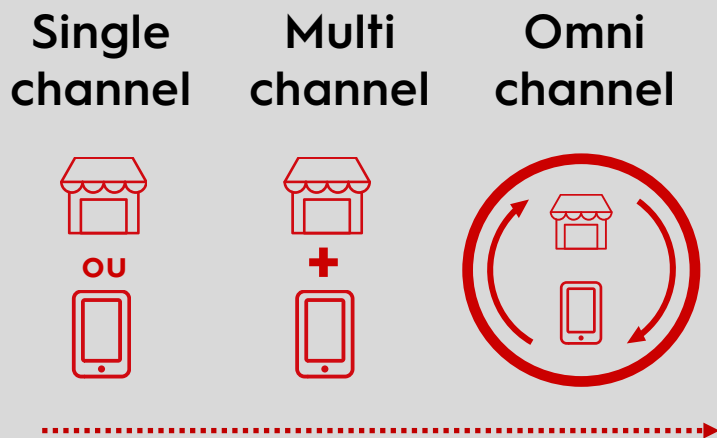
“depende de proposta de
valor, vantagens competitivas,
ativos humanos e dados”

Ecosistemas surgem como mecanismo para que isso se torne realidade

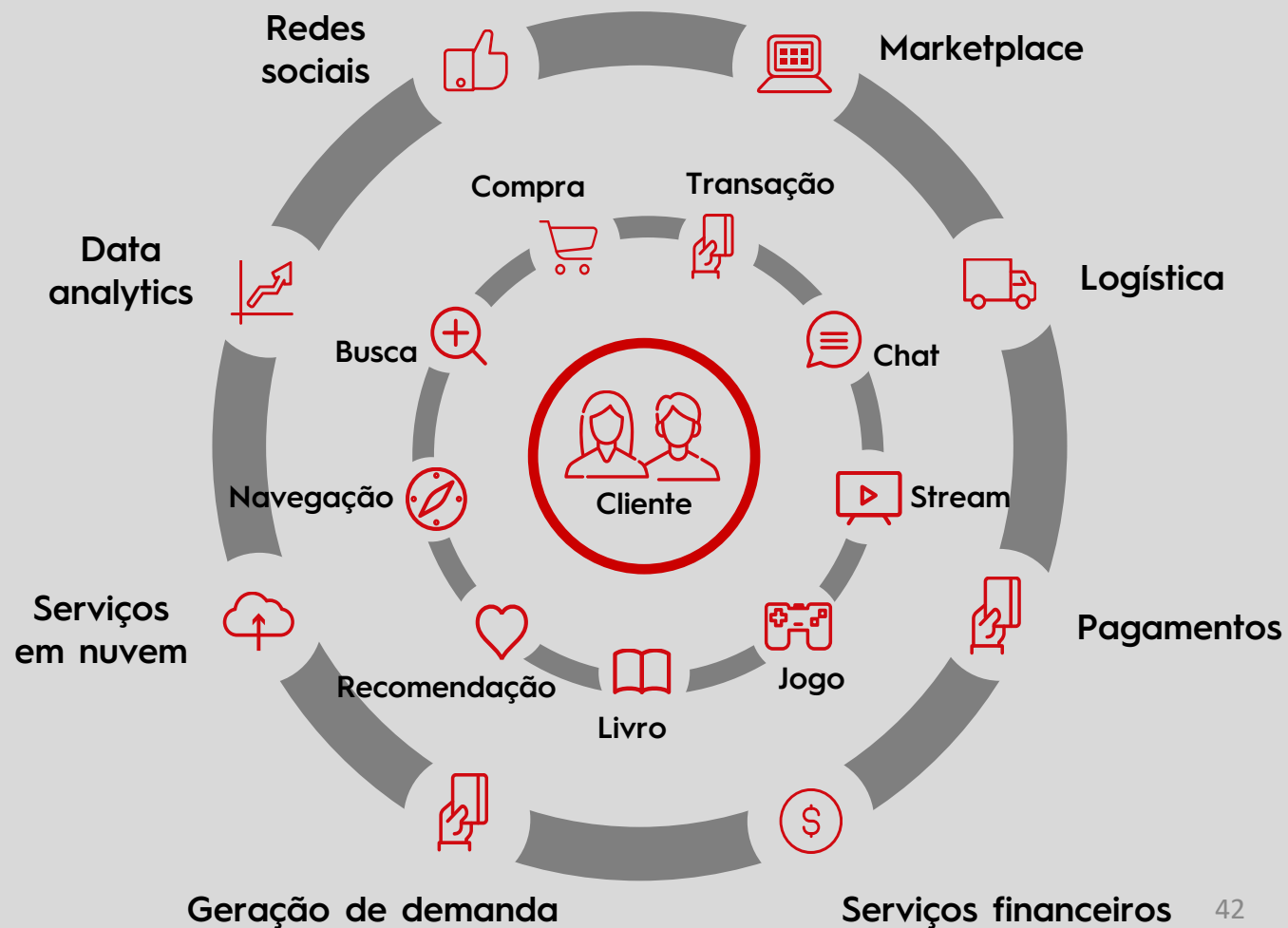
Cenário em **transformação**



Ecosistemas são a evolução dos modelos de negócio Single, Multi e Omnichannel



Ecosistema



Ecossistema como **modelo de negócio**



A dinâmica de um ecossistema: fórmula clara para criar escala e ativos privilegiados



Ecossistema como **modelo de negócio**



Existem diversas opções estratégicas de como atuar em ecossistemas



Jogo individual



Participar de um ecossistema



Construir o próprio ecossistema



Tornar-se um ecossistema aberto



Vender

Ecossistema como
modelo de negócio

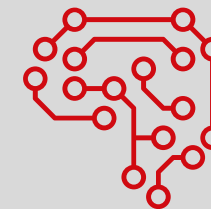
Características necessárias de um
ecossistema proprietário



FOCO
no consumidor



**EXPERIÊNCIA E
SORTIMENTO**
em único acesso



**INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL**
para soluções
personalizadas



Recorrência no acesso dos **consumidores**

Geração de **experiências** que **fidelizem** consumidores

Otimização da **integração** de negócios **parceiros**

Evolução contínua a partir de **novas funcionalidades e parceiros**

Ecossistema de **moda e lifestyle**

Já somos um grande ecossistema de moda e lifestyle do Brasil, com uma plataforma ampla de marcas, serviços e clientes



5 negócios reconhecidos

Renner, Camicado, Youcom, Ashua, Realize



606 lojas

385 renner / 8 ashua / 113 camicado / 100 youcom



4 centros de distribuição

SC e RJ automatizados



24,8 mil

colaboradores



+600 mil

clientes circulam em nossas lojas diariamente



+20 marcas próprias

(Renner, Camicado, Youcom, Ashua)



Parcerias

Repassa / Porto Seguro / Mastercard



12MM

clientes aptos Realize



33,8MM

cartões emitidos



R\$3,5b

portfolio Realize



+800MM

visitas em nosso e-commerce



17,8MM (+205% em 2020)

downloads do app Renner



12%

participação online



+100 sellers

no marketplace Camicado

Ecossistema de **moda e lifestyle**

Liderança no varejo de moda offline e grande relevância no online

Liderança no offline

606 lojas
385 Renner
113 Camicado
100 Youcom
8 Ashua



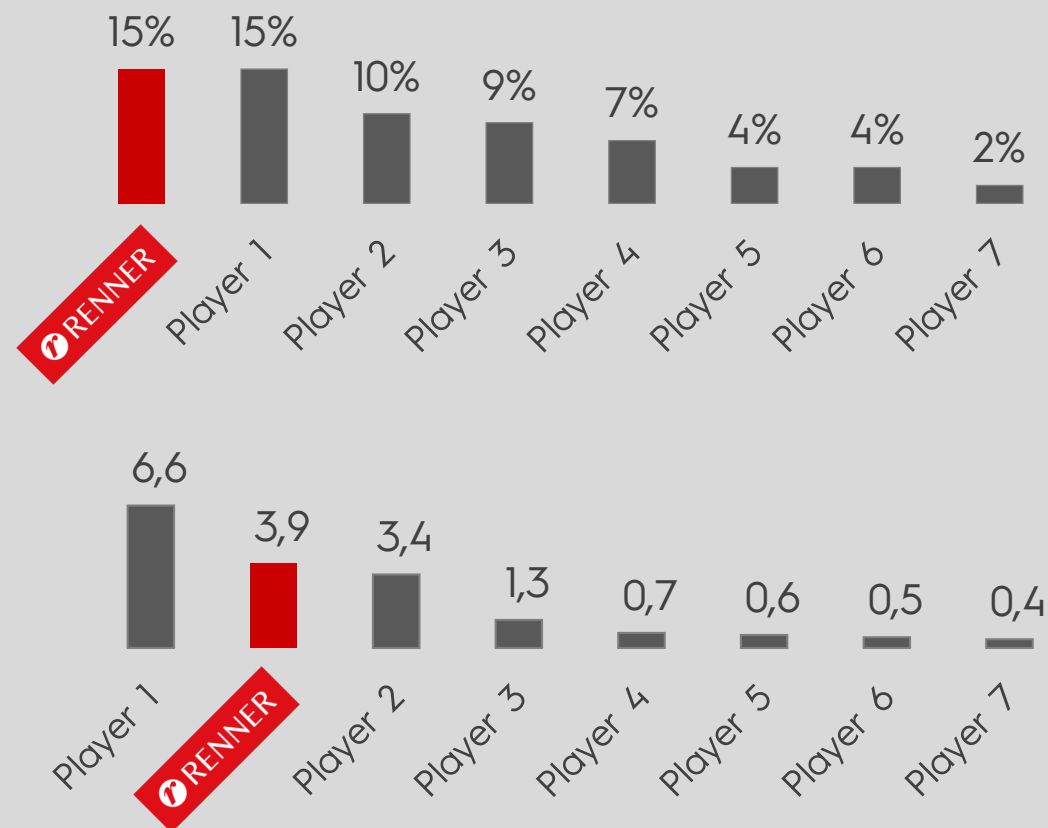
Liderança no share of mind online

Pesquisa: qual a primeira marca que você lembra para compra de vestuário online?

Visitantes únicos por mês no site

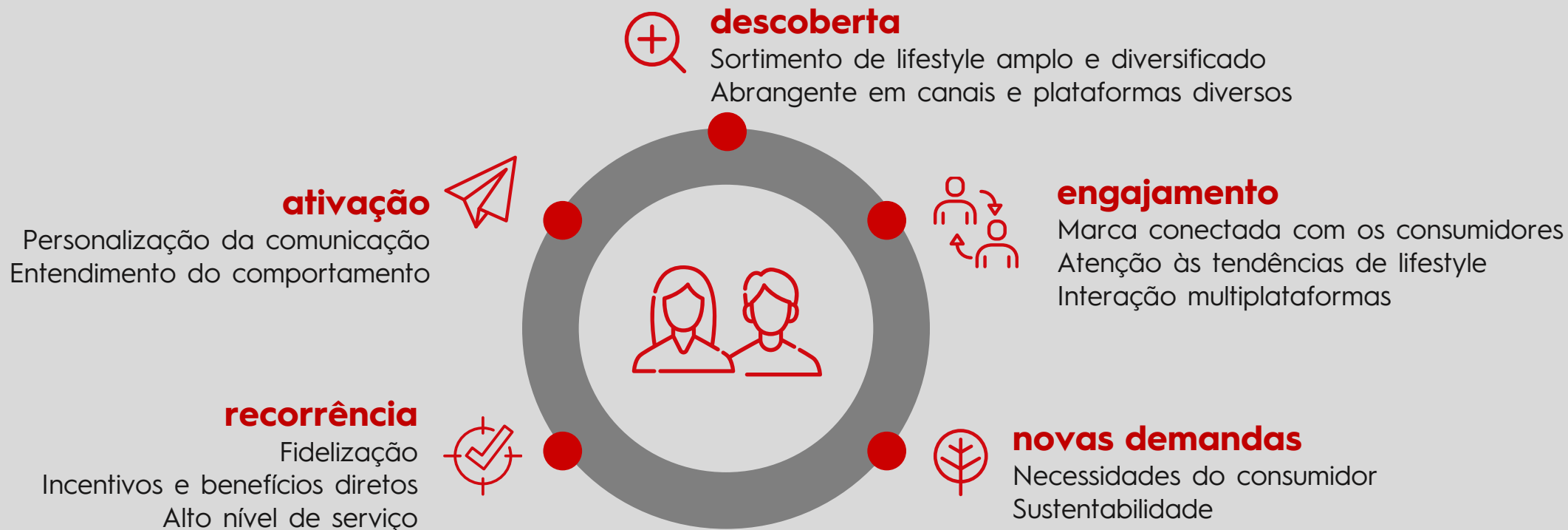
Média jan-jun 2020, milhões de visitantes

Relevância no online



Ecossistema de **moda e lifestyle**

Ecossistema de lifestyle servirá de plataforma ampla para o desenvolvimento do negócio para atender a jornada do consumidor



EXPERIÊNCIA DE ENCANTAMENTO

melhor experiência integrada para o consumidor
jornadas mais simples e encantadoras

Ecosistema de **moda e lifestyle**

Renovação da proposta de valor para atender ao novo modelo de negócio



LOJAS RENNER S.A.

Entregar a melhor experiência em moda e lifestyle para o segmento médio/alto, encantando nossos clientes com produtos e serviços de qualidade a preços competitivos, por meio de um ecossistema inovador e sustentável.

VAREJO DE MODA

 **RENNER**

CMICADO

YOUCOM

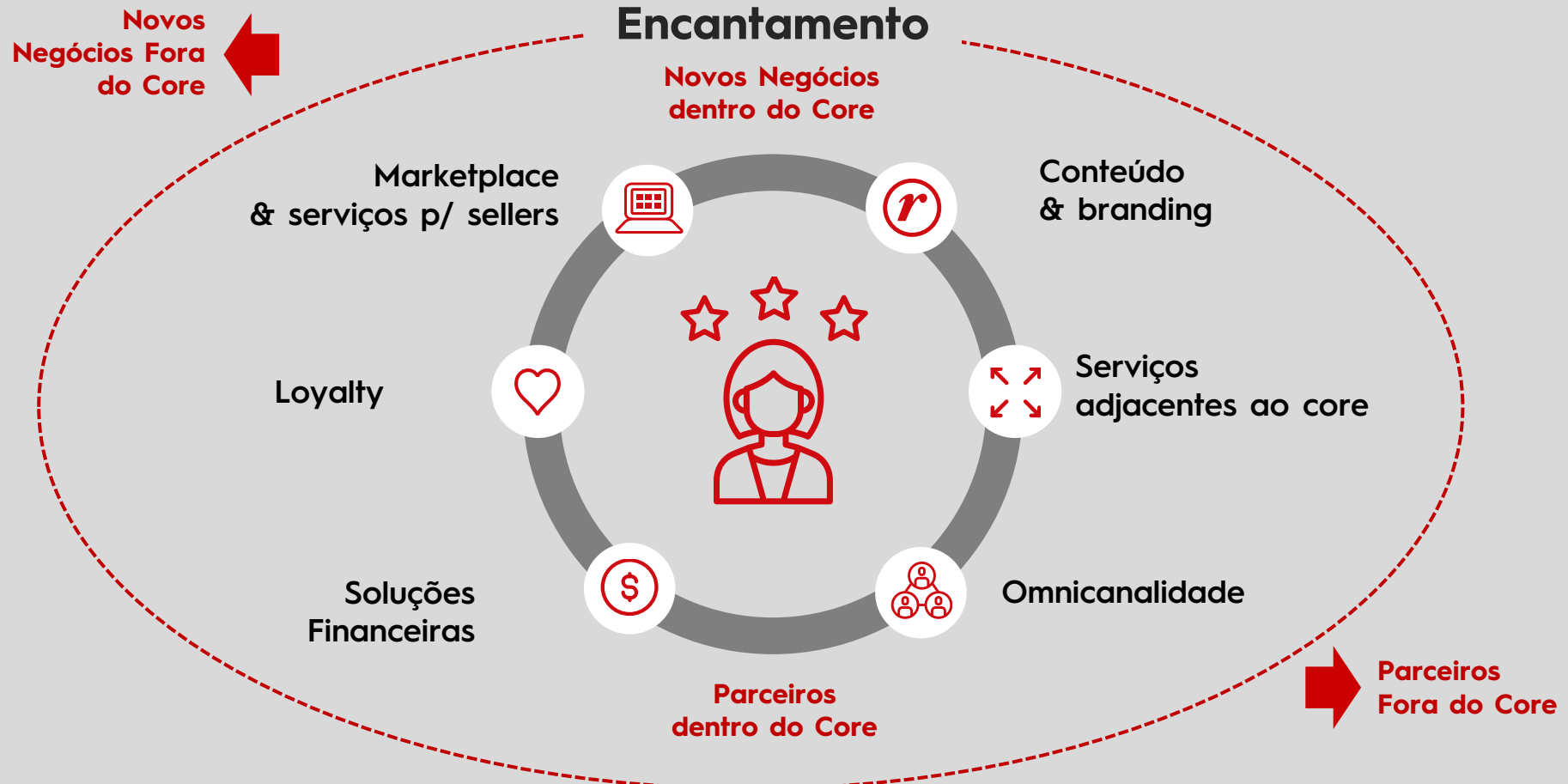
ASHUA

SOLUÇÕES FINANCEIRAS

realize

Ecosistema de **moda e lifestyle**

Potencializar a plataforma atual e ser o ecossistema especializado em moda e lifestyle líder e referência na América Latina



Pistas

Logística

Dados / Advanced Analytics

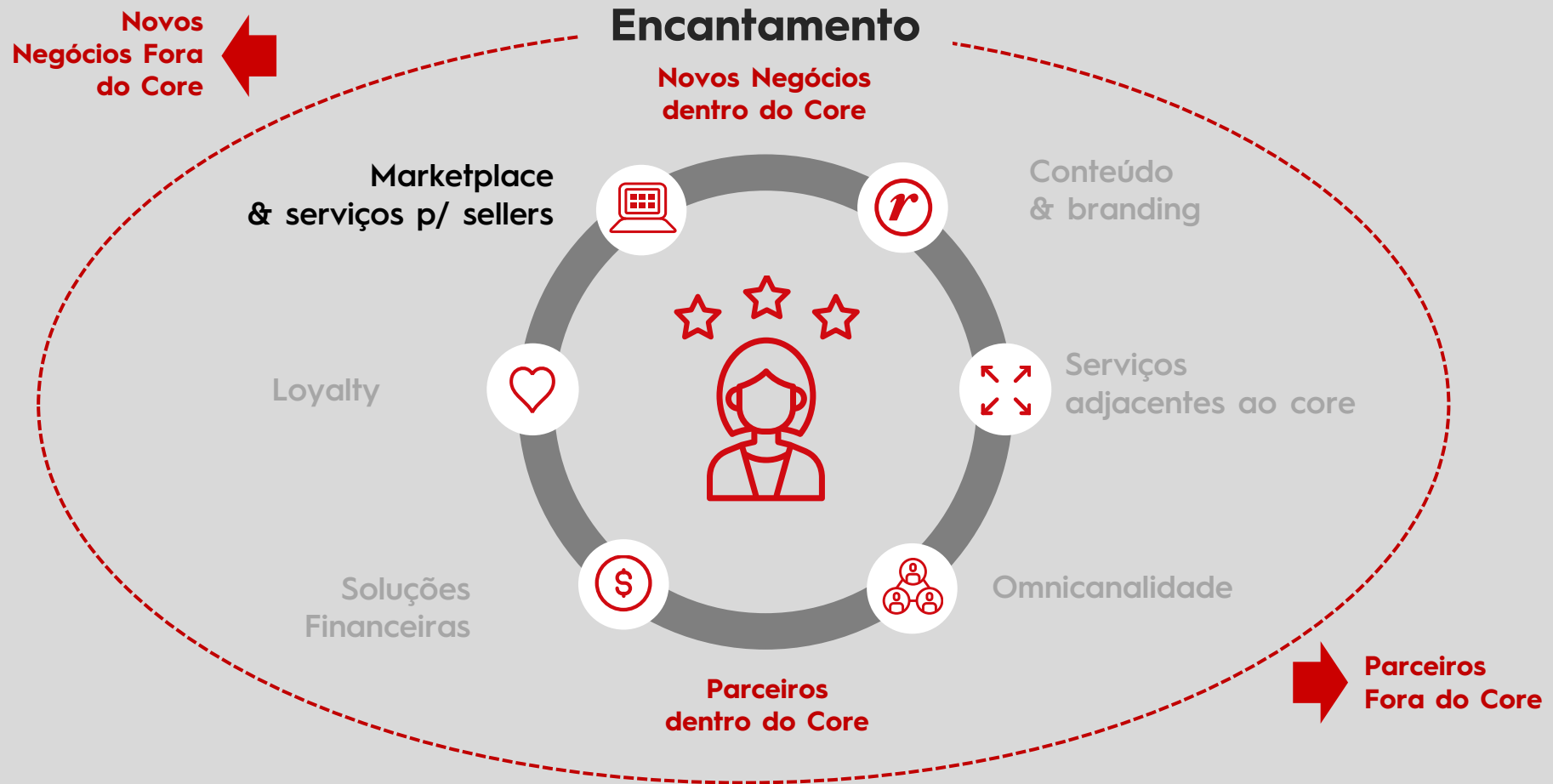
Marketing de performance

CRM

Tecnologia

Ecosistema de **moda e lifestyle**

Potencializar a plataforma atual e ser o ecossistema especializado em moda e lifestyle líder e referência na América Latina



Pistas

Logística

Dados / Advanced Analytics

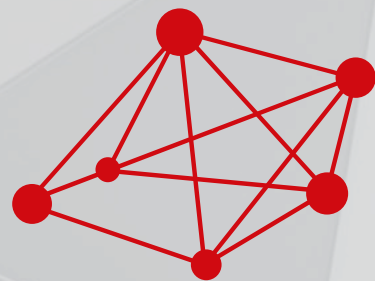
Marketing de performance

CRM

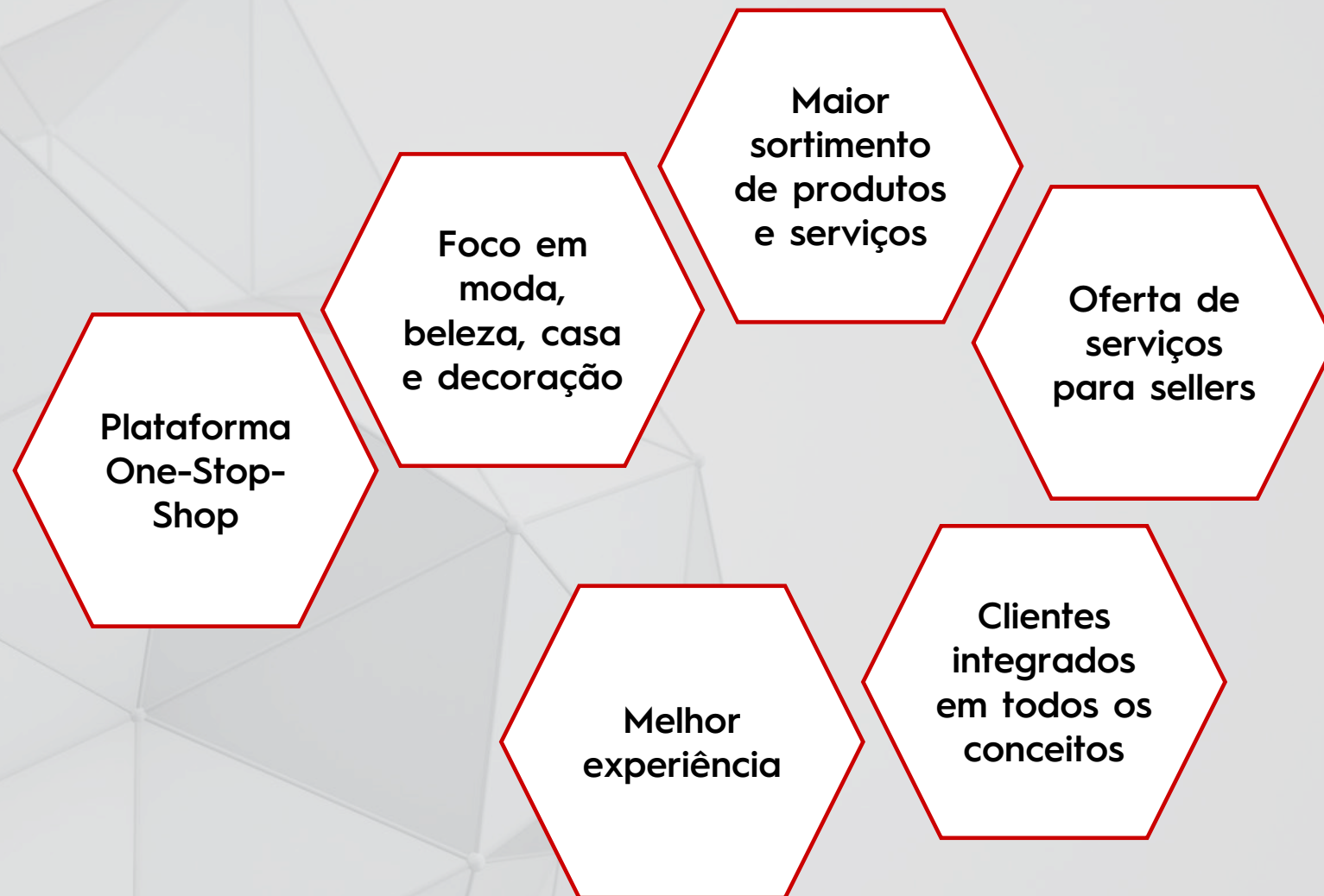
Tecnologia

Ecosistema de **moda e lifestyle**

Aumento do sortimento de produtos e oferta de serviços para sellers



Marketplace & serviços para sellers



Ecossistema de **moda e lifestyle**

Oportunidades de ampliação da oferta

PARCEIROS ATUAIS



YOUCOM

ASHUA

CMICADO

Perfumaria

Calçados

Lingerie

Relógios

Casa, Decoração, Eletro, Pet

L'ORÉAL
PAYOT

D&G
KIENZO

havaianas
BEIRA RIO

Ipanema

TriFil LUPO
DelRio

mondaine
PUMA

mormaii



KitchenAid
MADESA

SAMSUNG
CADEIRAS INC.

POTENCIAL FUTURO

PRODUTOS E SERVIÇOS PARA CLIENTES

+ CAUDA LONGA PRODUTOS



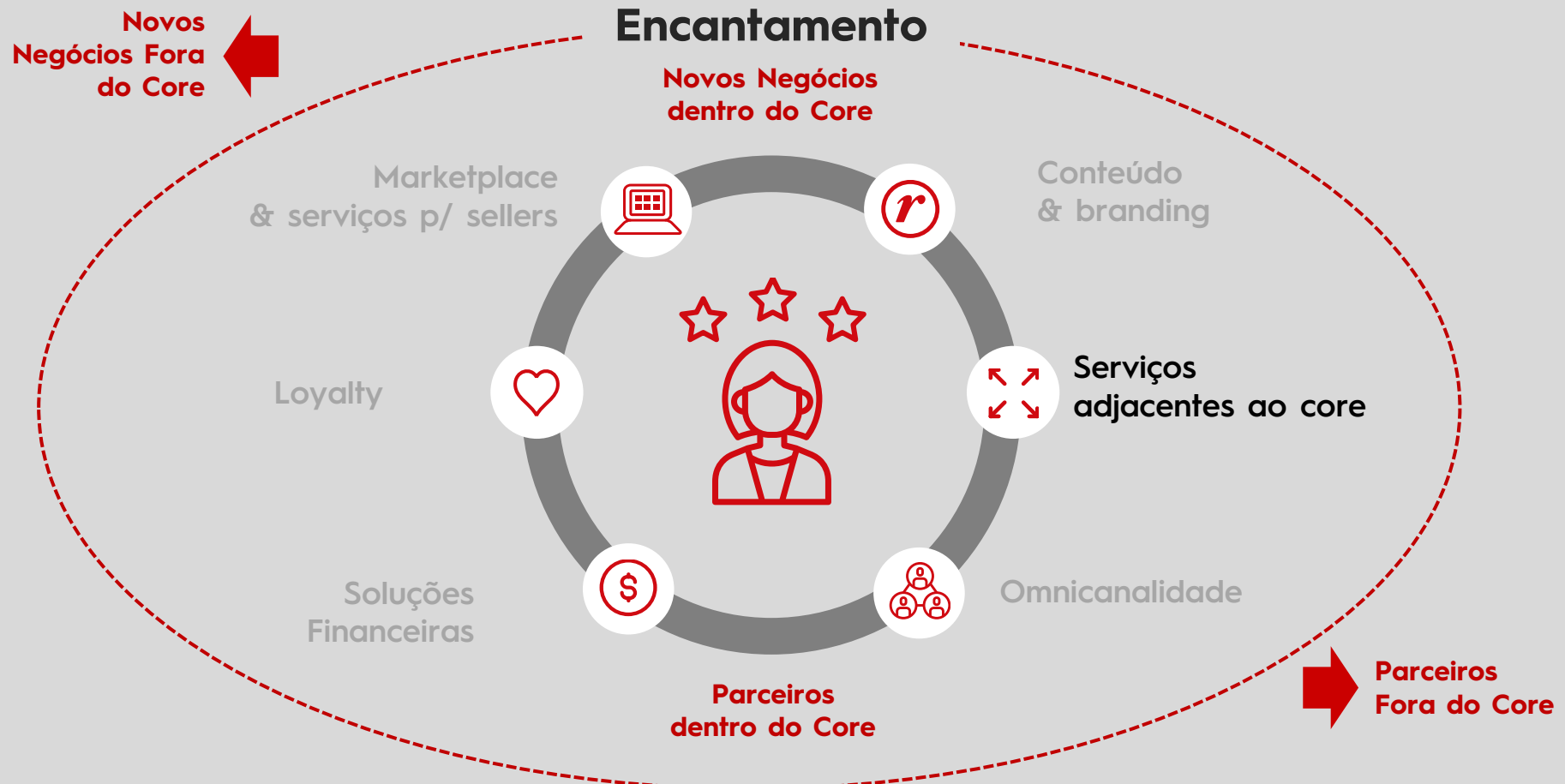
SERVIÇOS PARA SELLERS

FULFILLMENT, DADOS & ANALYTICS E MARKETING



Ecossistema de **moda e lifestyle**

Potencializar a plataforma atual e ser o ecossistema especializado em moda e lifestyle líder e referência na América Latina



Pistas

Logística

Dados / Advanced Analytics

Marketing de performance

CRM

Tecnologia

Ecosistema de **moda e lifestyle**

Ampliação da oferta de serviços adjacentes que adicionem valor para o cliente

SERVIÇOS ADJACENTES

Desenvolvidos internamente e através de parcerias

Mais encantamento



Mais experiência

na jornada dos nossos clientes



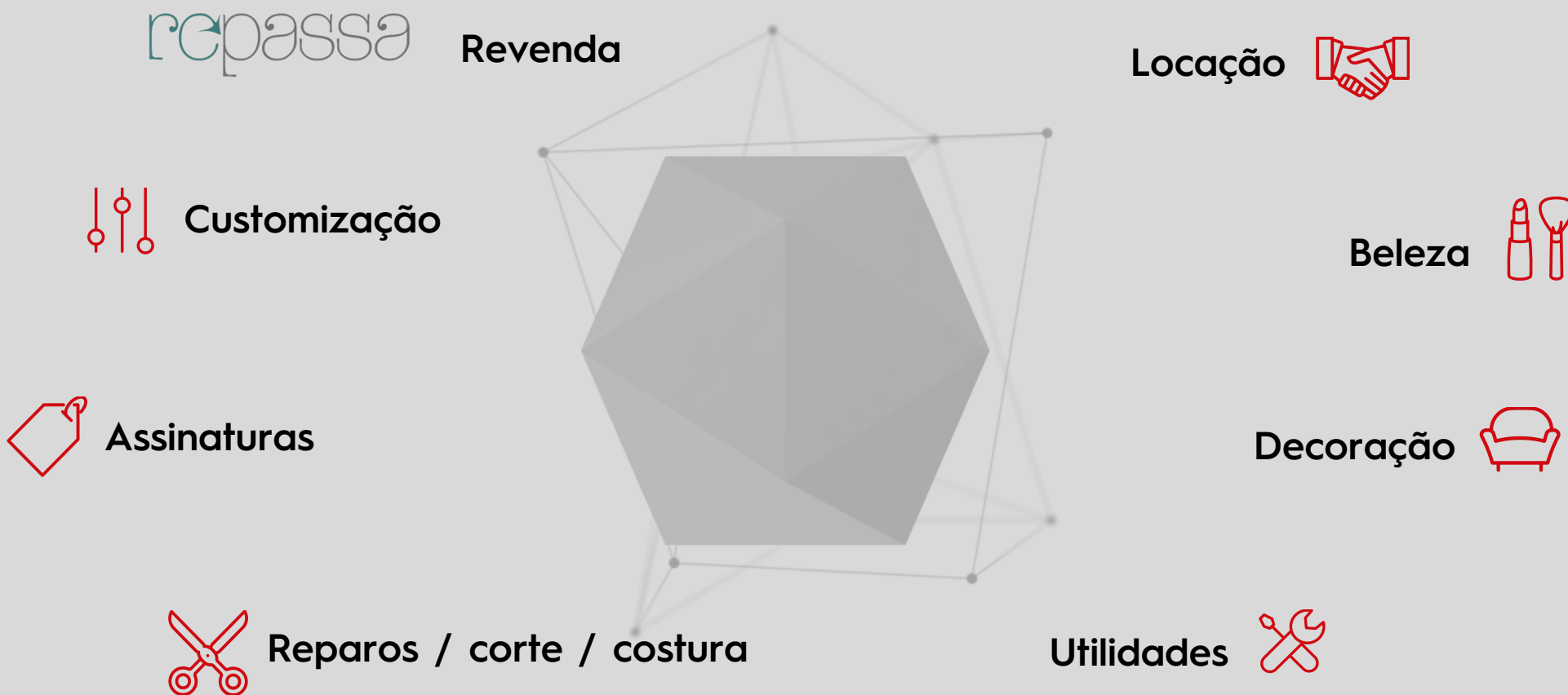
Mais valor

adicionado ao ecossistema



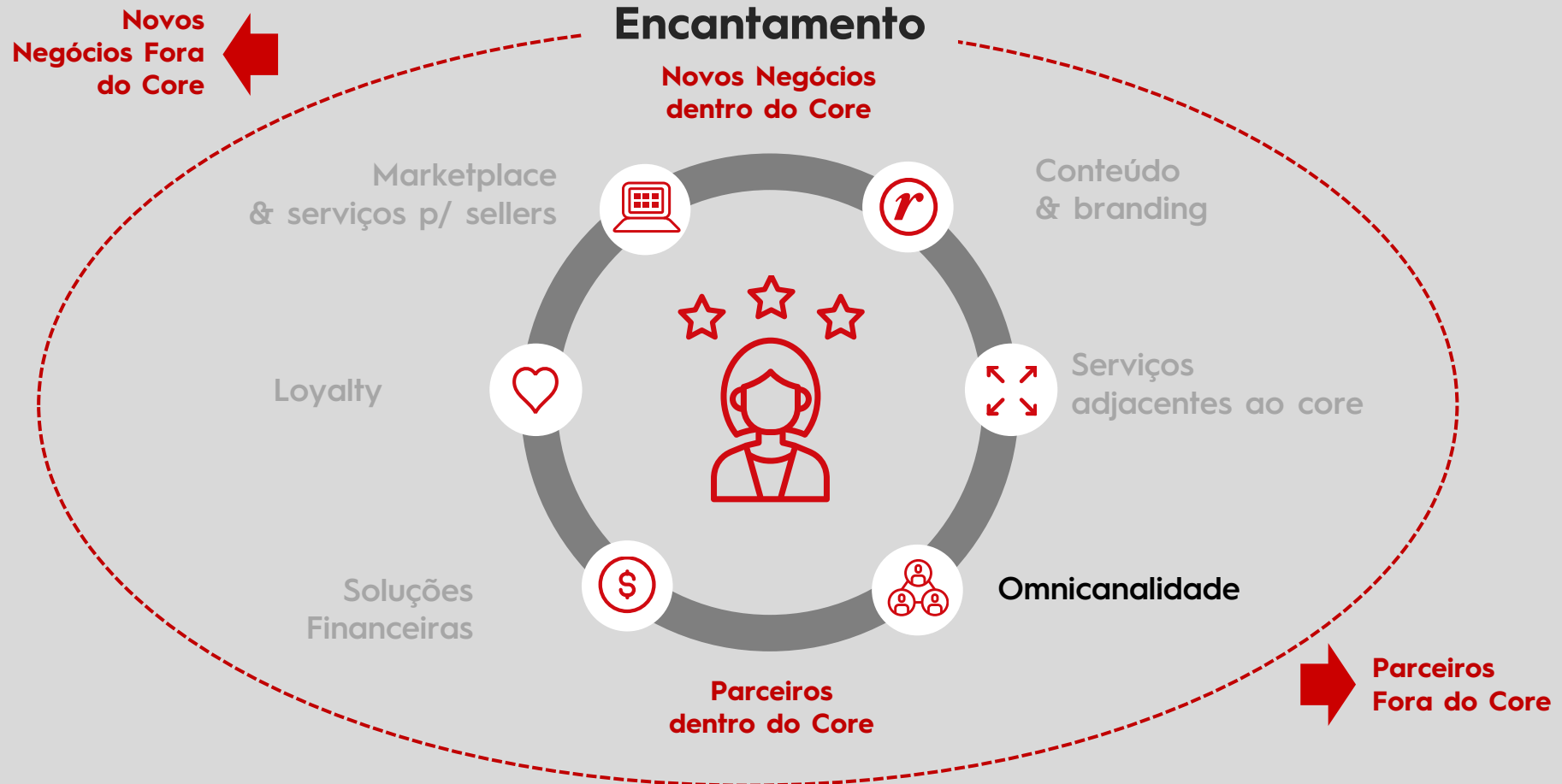
Ecosistema de **moda e lifestyle**

Oportunidade de serviços



Ecosistema de **moda e lifestyle**

Potencializar a plataforma atual e ser o ecossistema especializado em moda e lifestyle líder e referência na América Latina



Pistas

Logística

Dados / Advanced Analytics

Marketing de performance

CRM

Tecnologia

Ecossistema de **moda e lifestyle**

Contínuo investimento na jornada omni, para digitalizar clientes e aumentar frequência



Ecossistema de **moda e lifestyle**

Diferenciais competitivos da jornada integrada



Ampliação dos canais de venda



Troca nas lojas



Venda adicional na troca e na retirada em loja



Conveniência



Delivery mais rápido



Lojas em nova localidade alavancam o online



Maior disponibilidade de estoque



Menor custo de entrega



Spending clientes omni 3x maior que demais canais

Frequência



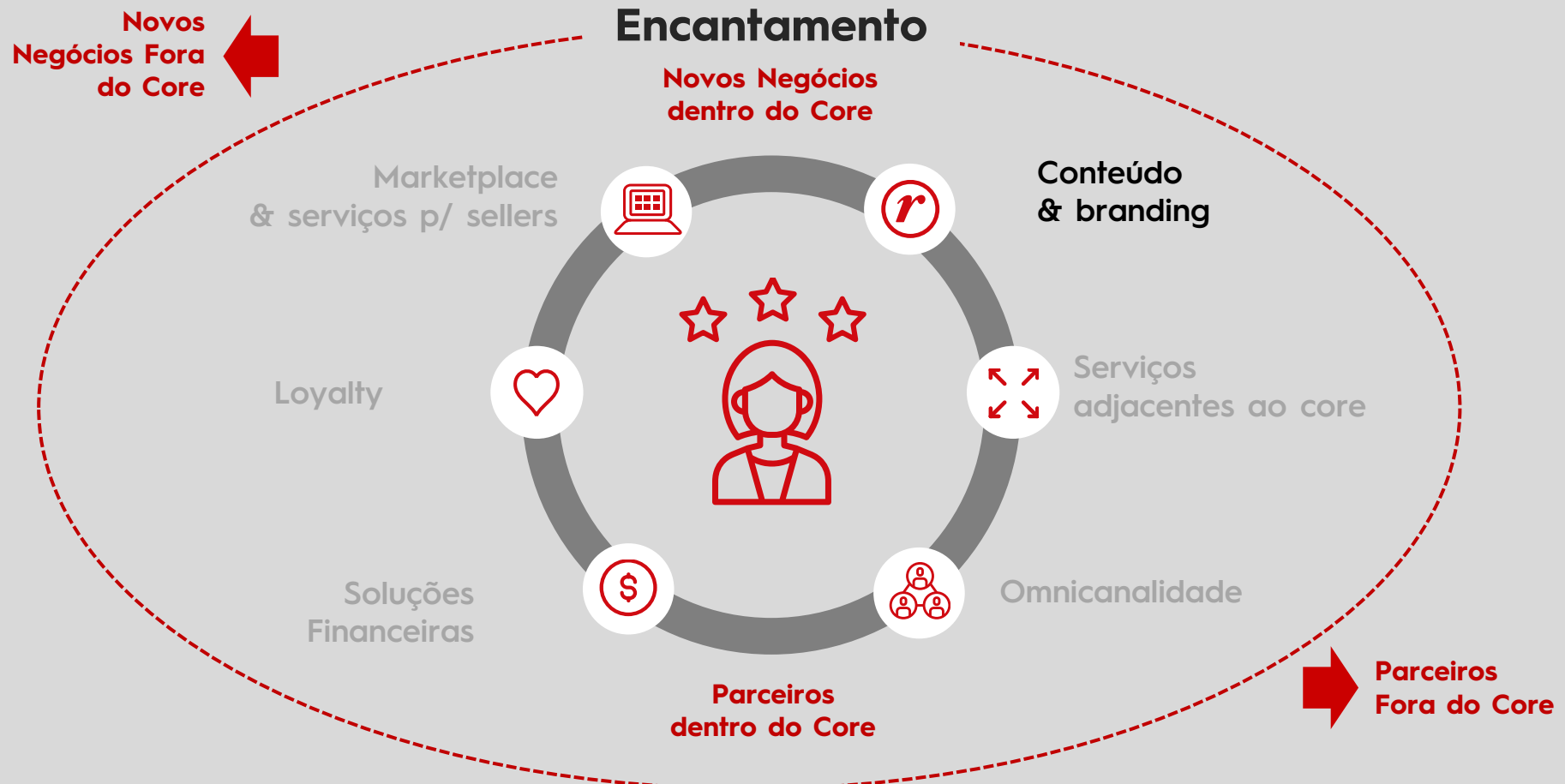
Base de clientes



Melhor nível de serviço

Ecossistema de **moda e lifestyle**

Potencializar a plataforma atual e ser o ecossistema especializado em moda e lifestyle líder e referência na América Latina



Pistas

Logística

Dados / Advanced Analytics

Marketing de performance

CRM

Tecnologia

Ecosistema de **moda e lifestyle**

Investimento em conteúdo e mídias para aumento de engajamento e frequência



CONTEÚDO

Conteúdo
proprietário
inspirador

Maior
frequência e
qualidade

Hub de social
e-commerce

Estrutura de
editoração

Mídias digitais
interativas

Integração de
conteúdo à
jornada

Rede de
influenciadores

Maior
engajamento
e seguidores

Maior **Life
Time Value**

Menor **CAC**

Ecosistema de **moda e lifestyle**

Geração de conteúdo proprietário e parceria com influencers



- Aumento da frequência de interação
- Mídias Sociais / parcerias com influencers
- Geração de conteúdo
- Time de moda: styling e shooting / estúdio

45-60%

dos consumidores

engajam múltiplas vezes por semana com moda no Instagram

90% das clientes

usam Instagram pelo menos 1x/mês para inspiração sobre moda e lifestyle

Clientes multicanais

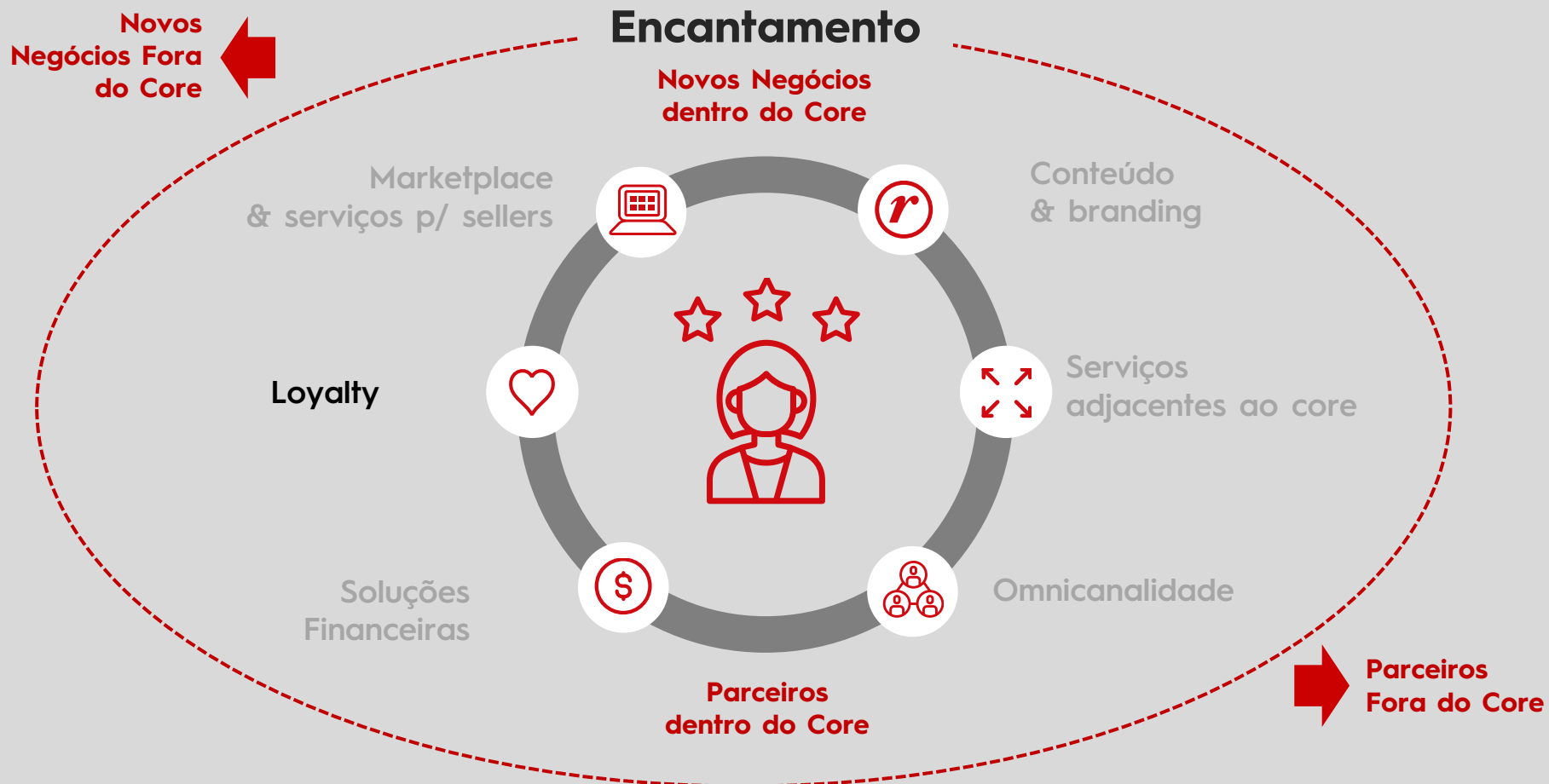
de conteúdo

compram 2x mais

por ano do que clientes monocanais

Ecosistema de **moda e lifestyle**

Potencializar a plataforma atual e ser o ecossistema especializado em moda e lifestyle líder e referência na América Latina



Pistas

Logística

Dados / Advanced Analytics

Marketing de performance

CRM

Tecnologia

Ecossistema de **moda e lifestyle**

Desenvolvimento de programa de relacionamento como elo condutor do ecossistema



LOYALTY / CRM

Programa de **fidelidade** referência

Único entre as marcas

Profundo **conhecimento** do cliente

Campanhas **customizadas**

Experiências **personalizadas**

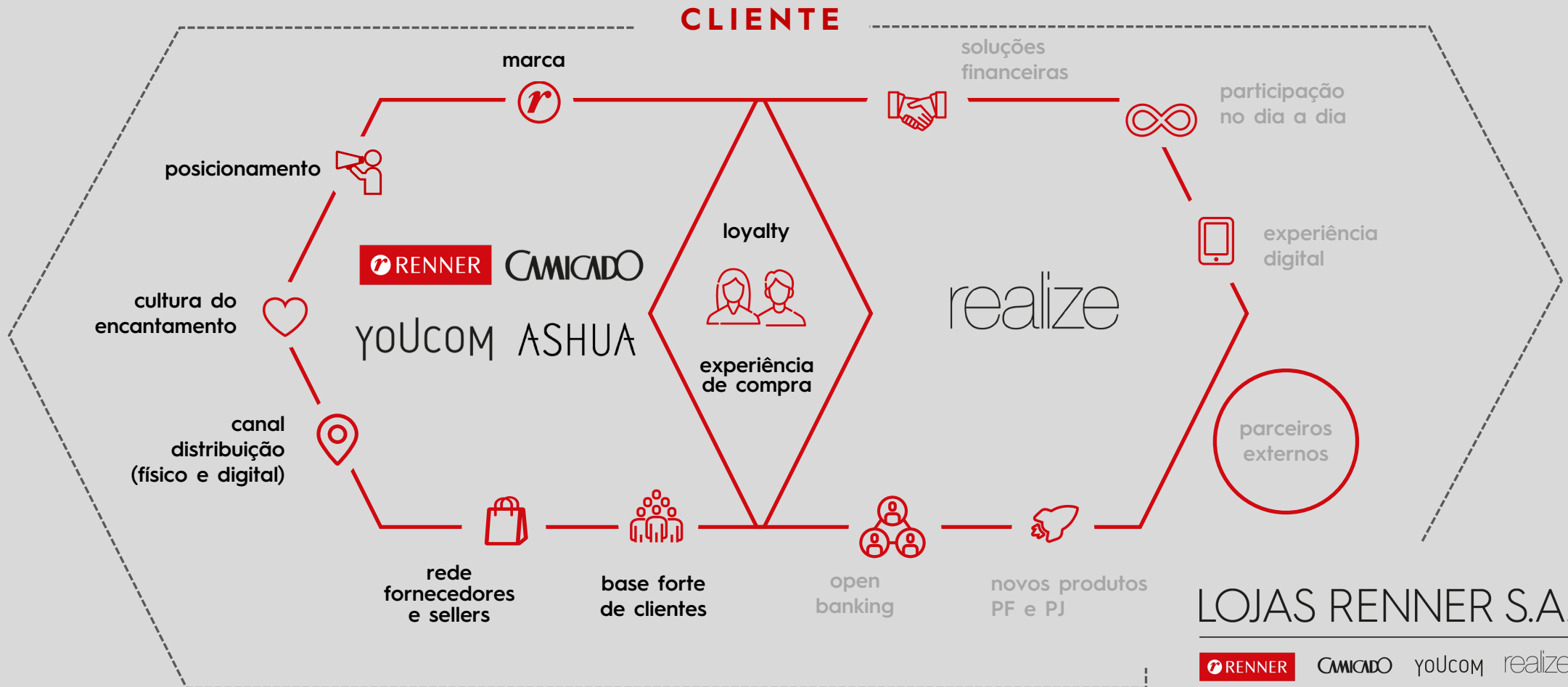
Aumento do **share of wallet**

Maior **engajamento** dos clientes

Alavancador de produtos financeiros

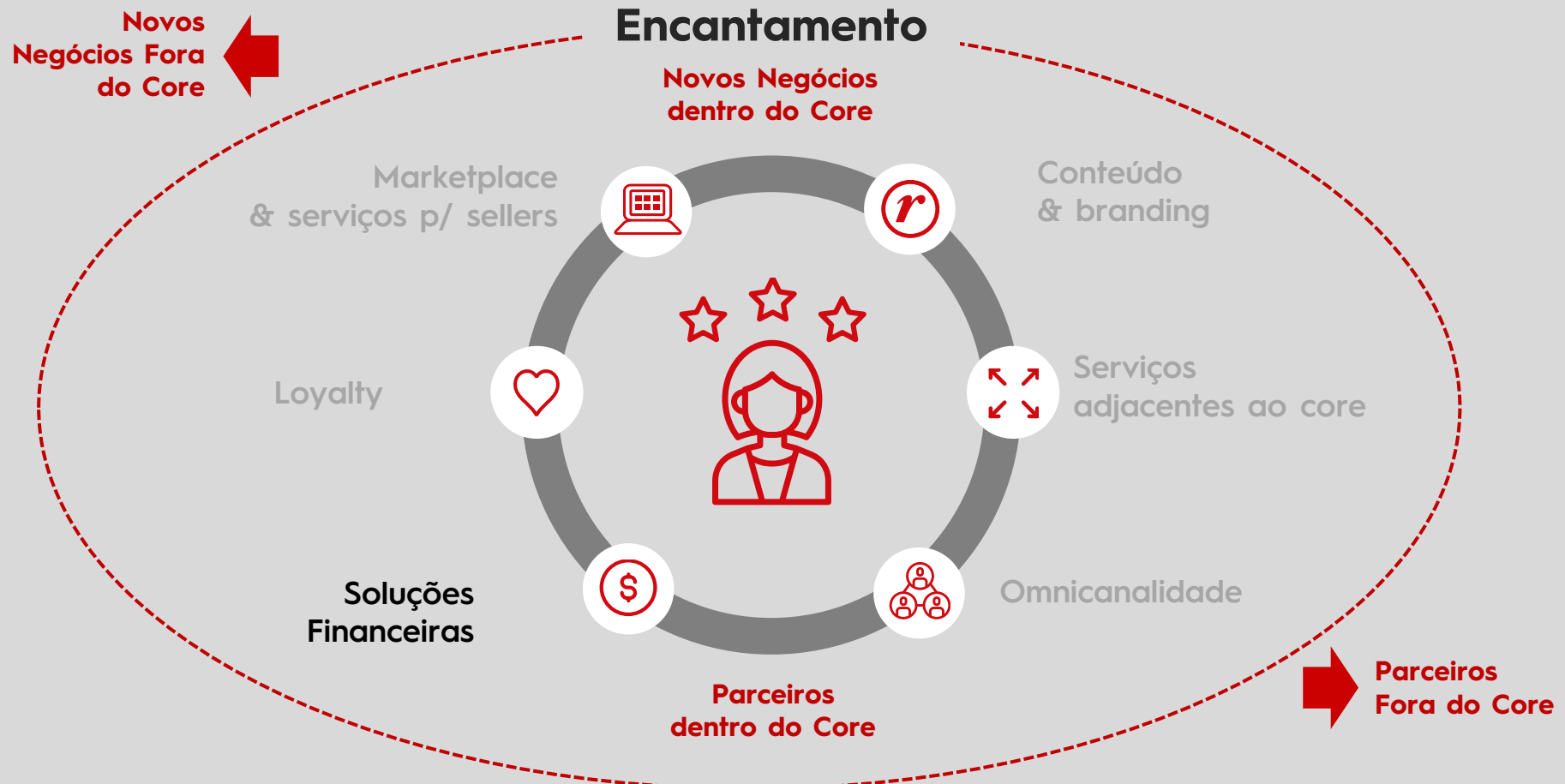
Ecosistema de **moda e lifestyle**

Loyalty como elo entre varejo e banking para alavancar o potencial do ecossistema



Ecosistema de **moda e lifestyle**

Potencializar a plataforma atual e ser o ecossistema especializado em moda e lifestyle líder e referência na América Latina



Pistas

Logística

Dados / Advanced Analytics

Marketing de performance

CRM

Tecnologia

Estratégia Realize

Sólida estrutura de serviços financeiros

Potencial de valor combinado com varejo

Conta digital e PIX como alavancas

Jornada diária do cliente



Sólida estrutura de **serviços financeiros**

Histórico relevante na oferta de produtos financeiros aliada ao varejo



Sólida estrutura de **serviços financeiros**

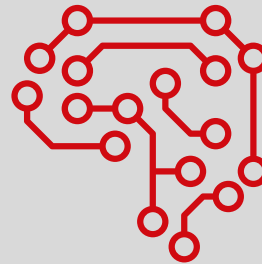


Oferta atual atrativa, com relevância de portfólio de produtos e instituição financeira própria

Estrutura de instituição financeira própria

realize

Plataforma digital segregada com arquitetura tecnológica flexível



Portfólio de R\$ 3,5 bi



SAQUE RÁPIDO

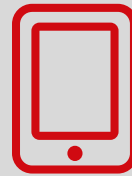
Sólida estrutura de **serviços financeiros**

Base de clientes digitalizada



20 MM de acessos mensais
nos canais digitais

86% dos clientes ativos
utilizam a experiência digital



44 funcionalidades no app

8ª no Ranking Apps de Bancos e Cartões

vs. 26ª posição no ano anterior



+ 1,6 MM de acessos à assistente virtual
em 2020, ~4 mil por dia

Sólida estrutura de **serviços financeiros**

Com avanços importantes em experiência digital e nível de serviço

Realize 1ª na categoria Financeira

Prêmio Finanças Mais 2020

NPS com incremento de 10,4%

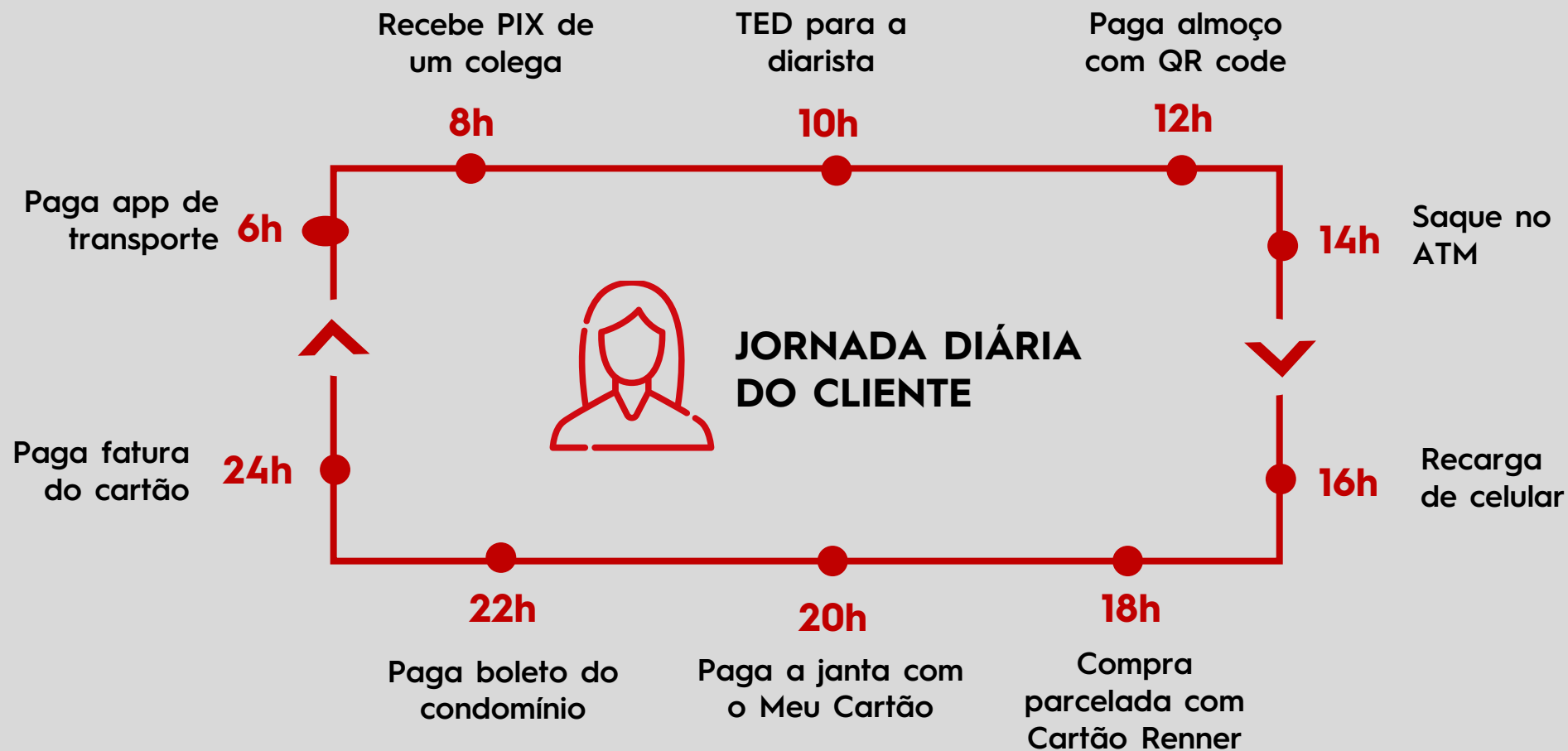
Cardmonitor

Ouvidoria em 1º lugar
no ranking BACEN de Qualidade de Ouvidorias

Potencial de **valor**
combinado com varejo



Oportunidades de participar ainda
mais na jornada diária do cliente



Potencial de **valor**
combinado com varejo

Combinção da proposta de valor Lojas
Renner S.A. com a da Realize CFI

Lojas Renner S.A.

Entregar a melhor experiência em moda e lifestyle para o segmento médio/alto, encantando nossos clientes com produtos e serviços de qualidade a preços competitivos, por meio de um ecossistema inovador e sustentável.

Realize CFI

Ser a plataforma de soluções financeiras inovadoras e sustentáveis que impulsione o ecossistema de lifestyle.

Potencial de **valor**
combinado com varejo

Marca forte e sólido conhecimento do
perfil e relacionamento com cliente

Classes A-, B e C+

~50%

26 a 45 anos

~70%

são mulheres

86%

dos clientes ativos
utilizam a experiência
digital

~70%

dos clientes do Meu Cartão
o utilizam para compras
fora da Renner

+3x

compras por ano
na Renner



12 MM
de clientes
aptos

Potencial de **valor**
combinado com varejo



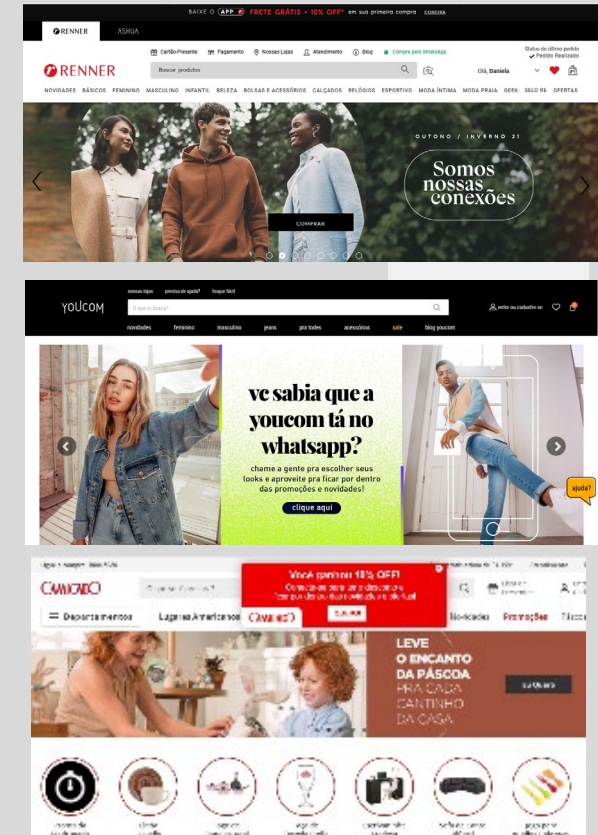
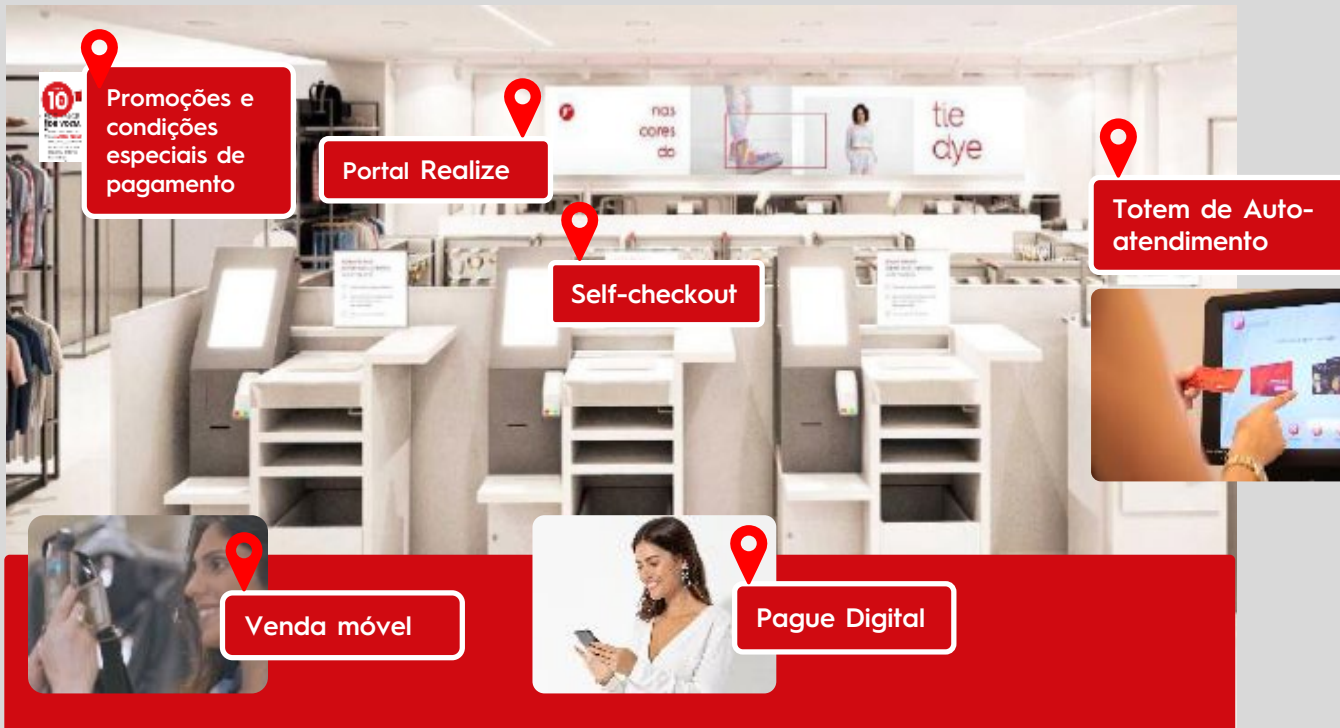
Canal de distribuição estabelecido para oferta de produtos e tração da conta digital

606 LOJAS

385 Renner / 8 ashua / 113 Camicado / 100 Youcom

CANAIS DIGITAIS

E-commerce / app / whatsapp



Potencial de **valor combinado com varejo**



Comunicação cada vez mais personalizada e integrada, alavancando varejo e banking

Promoção Tudo no Meu Estilo



+ 20 MM de venda incremental

+200 mil participantes,
10 mil clientes contemplados com experiências personalizadas

Plataforma de Parceiros do Meu Cartão



~60 mil cadastrados

e mais de R\$3,6MM transacionados entre outubro e novembro

Campanhas de cashback, descontos exclusivos e 60 dias para pagar



+ R\$120 MM

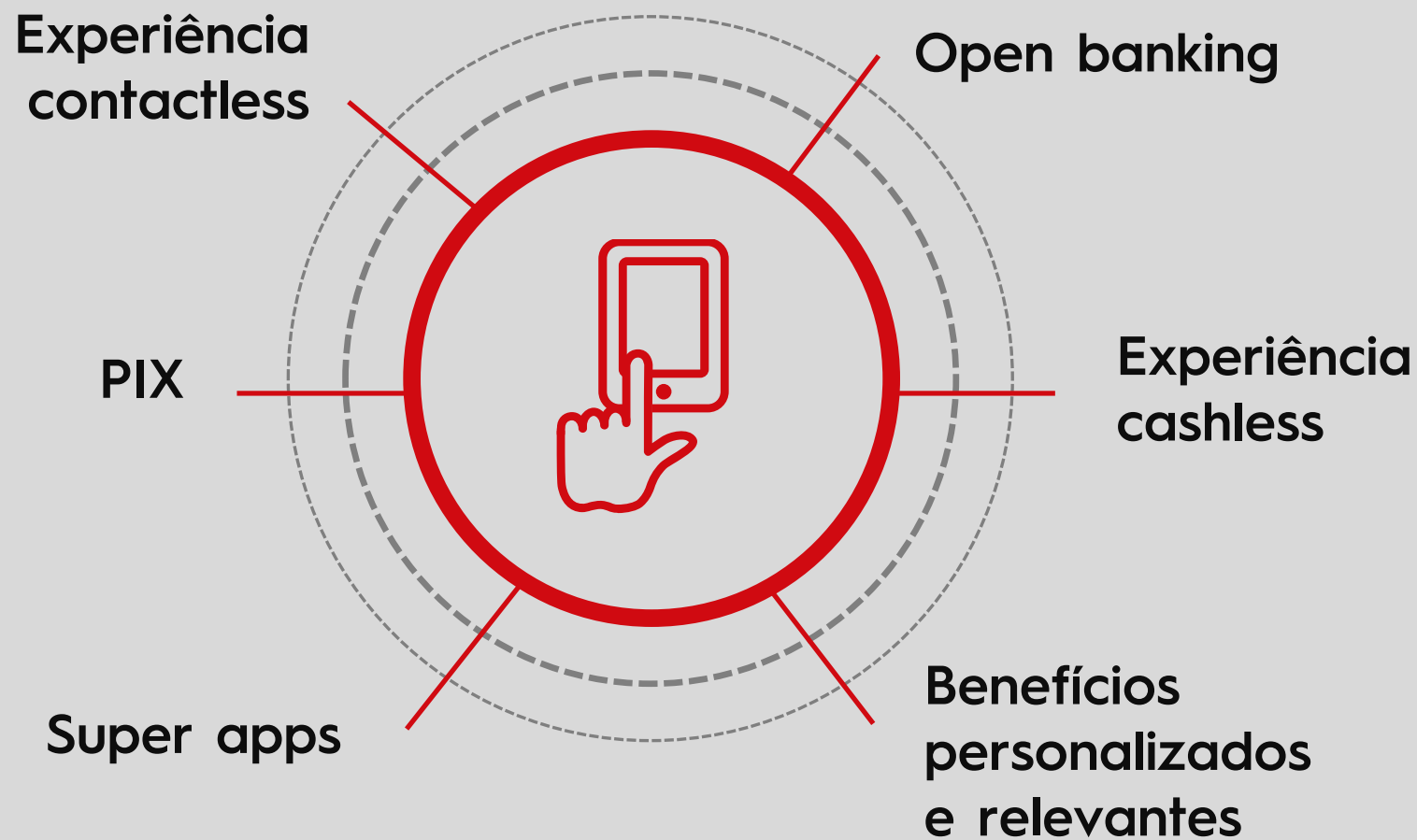
em vendas Cartões na Black Friday

+60% transacionados através dos 60 dias

Conta digital e PIX
como alavancas



Movimentos que impactam a vida de clientes e guiam a evolução de nosso negócio



Conta digital e PIX como alavancas



Expansão do ecossistema em serviços financeiros passa por pagamentos digitais

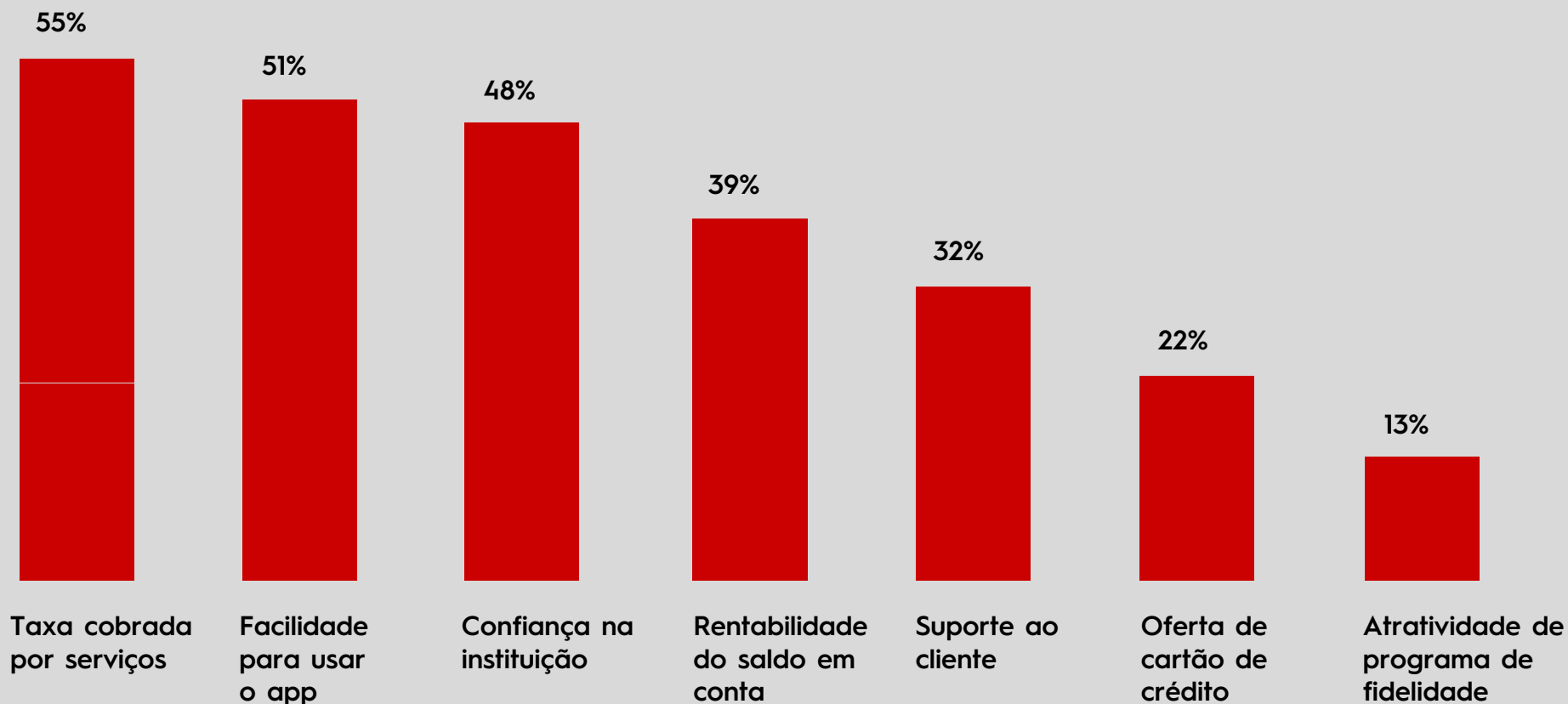


Conta digital e PIX como alavancas

Critérios de decisão para abertura de conta digital estão relacionados principalmente aos aspectos transacionais

Critérios de criação da conta digital

% do total de entrevistadas que declararam cada KPC



Conta digital e PIX como alavancas

Conta digital como meio de conexão entre varejo e banking e acelerador do loyalty



SOLUÇÕES FINANCEIRAS

Conta Digital
própria

Integrada
entre as
marcas

Múltiplas
soluções

Rentabilização
de cartões de
crédito

Principal meio
de pagamento
do ecossistema

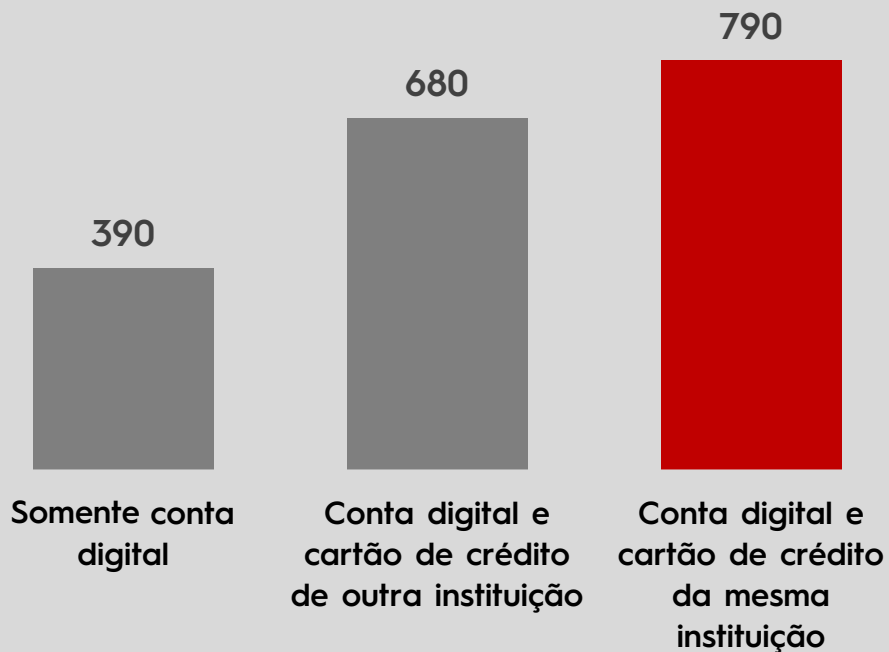
Monetização e
frequência do
ecossistema

Experiência
sem fricção

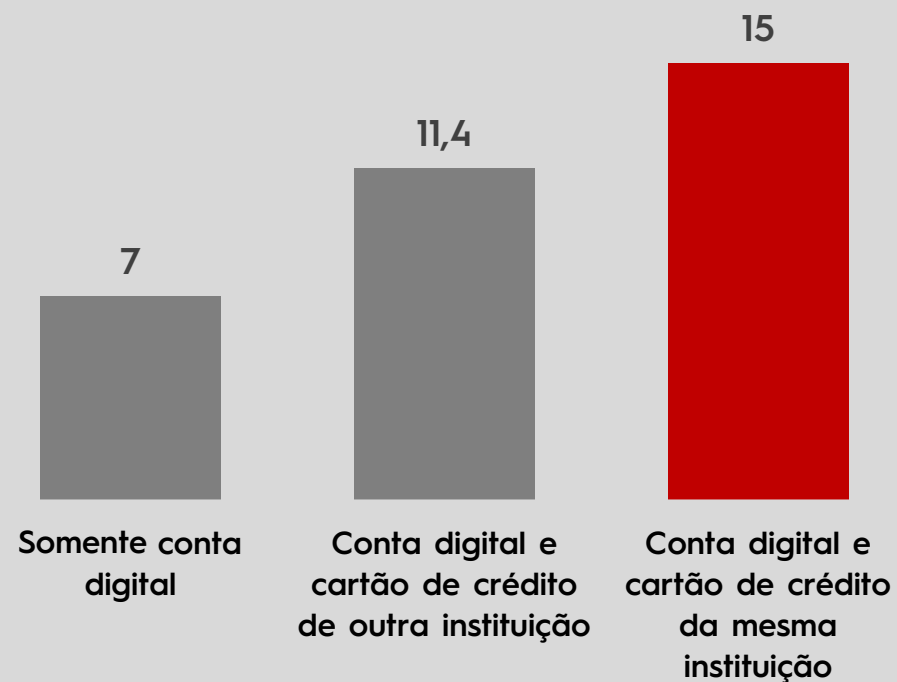
Conta digital e PIX como alavancas

Conta digital e cartão de crédito na mesma
instituição geram maior engajamento

Gasto médio através de contas digitais
(R\$/mês)



Frequência de uso da conta digital principal
(# usos/mês)



Conta digital e PIX como alavancas

Rentabilização e adesão via integração do PIX



Conta digital e Pix como alavancas

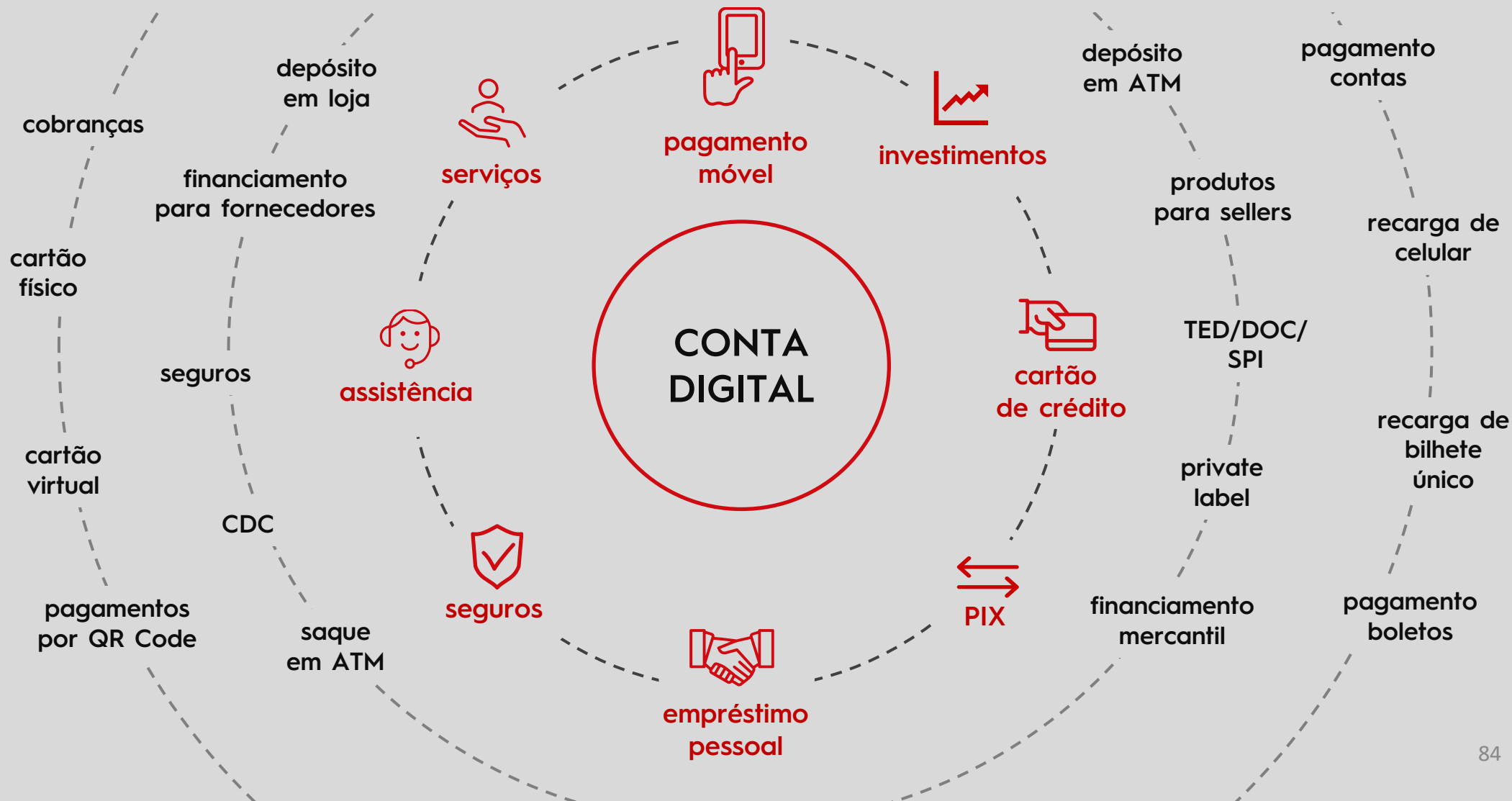
Camada transacional da conta digital será bastante atrativa

ESTRATÉGIA REALIZE

	Player 1	Player 2	Player 3	Player 4	Player 5	Player 6	Player 7	Player 8	Player 9	Realize
Cash-in	TED/DOC	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Boleto	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
	Dépósito em ATM			✓	✓				✓	✓
	Dépósito em Loja						✓	✓	✓	✓
	Salário	✓	✓	✓			✓	✓		
Cash-out	Cobranças	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Cartão físico	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
	Cartão virtual	✓		✓	✓		✓	✓		✓
	Card on file				✓	✓	✓	✓	✓	
	Pagamentos por QR code	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Pagamentos por contas e boletos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Recarga de celular	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Conta	Recarga de Bilhete único				✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Saque em ATM	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
	TED/ DOC / SPI	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
	Rentabilidade	✓				✓	✓	✓	✓	✓

Conta digital e PIX como alavancas

Plataforma completa de serviços para potencializar a rentabilização e engajar clientes



Conta digital e PIX como alavancas

Plataforma de experiência de checkout única do
Ecosistema e integrada aos aplicativos de varejo

PLATAFORMA DE CHECKOUT ÚNICA DO ECOSISTEMA

**Melhor experiência de
checkout** em loja e online

Maior **reconhecimento e
adesão** à conta digital

INTEGRAÇÃO AOS APPS DE VAREJO

Utilização da conta digital
em diferentes marcas **dentro
e fora do ecossistema**

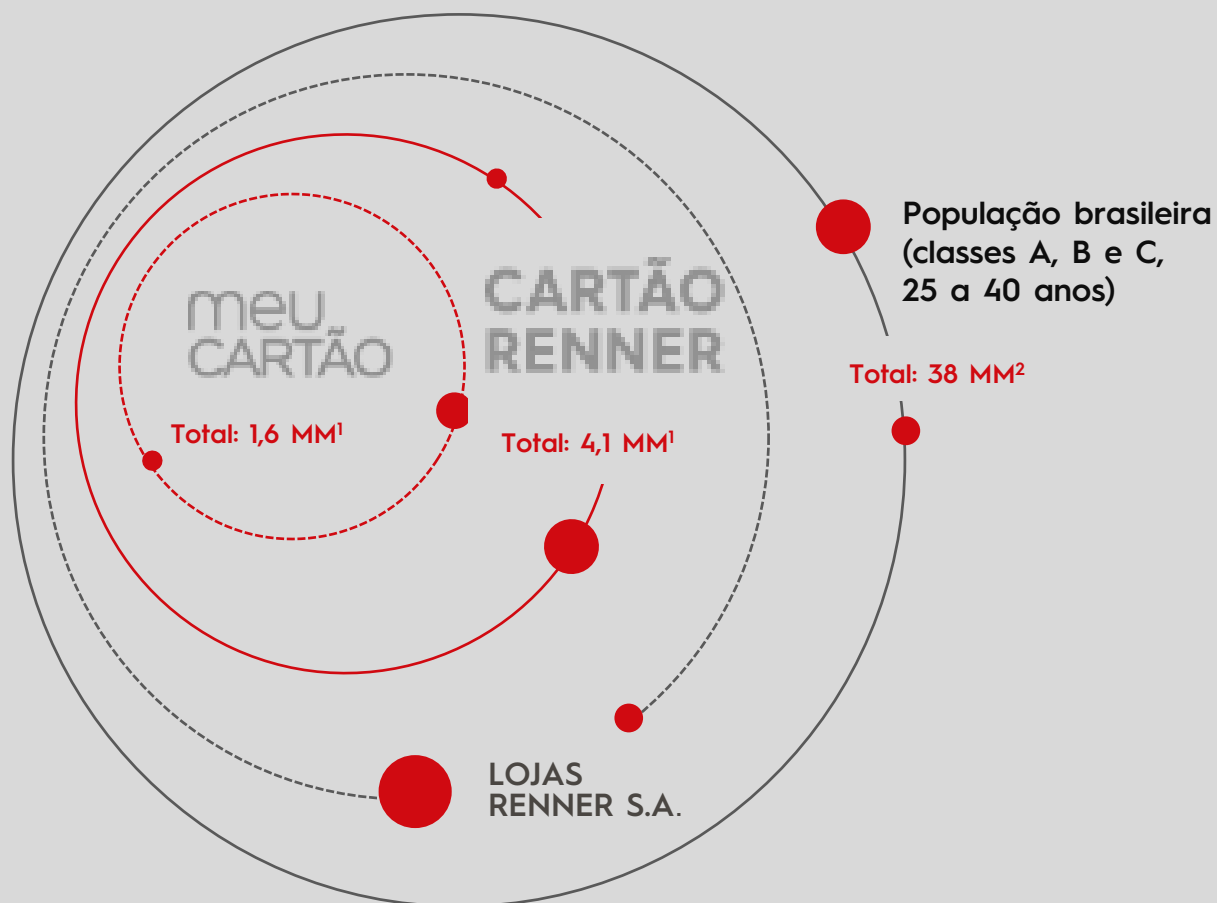
**Incremento do fluxo de
clientes** que utilizam os apps
de **varejo**

Maior tração à conta digital

Conta digital e PIX como alavancas

Baixo CAC, cross sell entre as marcas de varejo e maior base de clientes

BASE DE CLIENTES



Estratégia de aquisição será focada nos **clientes** que pertencem ao **ecossistema**, dado **potencial gasto financeiro** que este cliente movimentará dentro e fora do ecossistema, **baixo custo de aquisição** e possibilidade de **incentivar cross sell entre as marcas**

Conta digital e PIX como alavancas

Roadmap definido de transformação



2021 + 2022/2023

público

Pessoa Física

Pessoa jurídica

produtos

CARTÃO RENNER



MEUCARTÃO



Crédito pessoal com garantia

Conta digital PF e PJ

Open banking

Novos seguros

Novas linhas de crédito



Investimento

Adquirência

canais

RENNER

CAMICADO

ASHUA

YOU.COM

+ Marketplace

parceiros



VISA

conductor



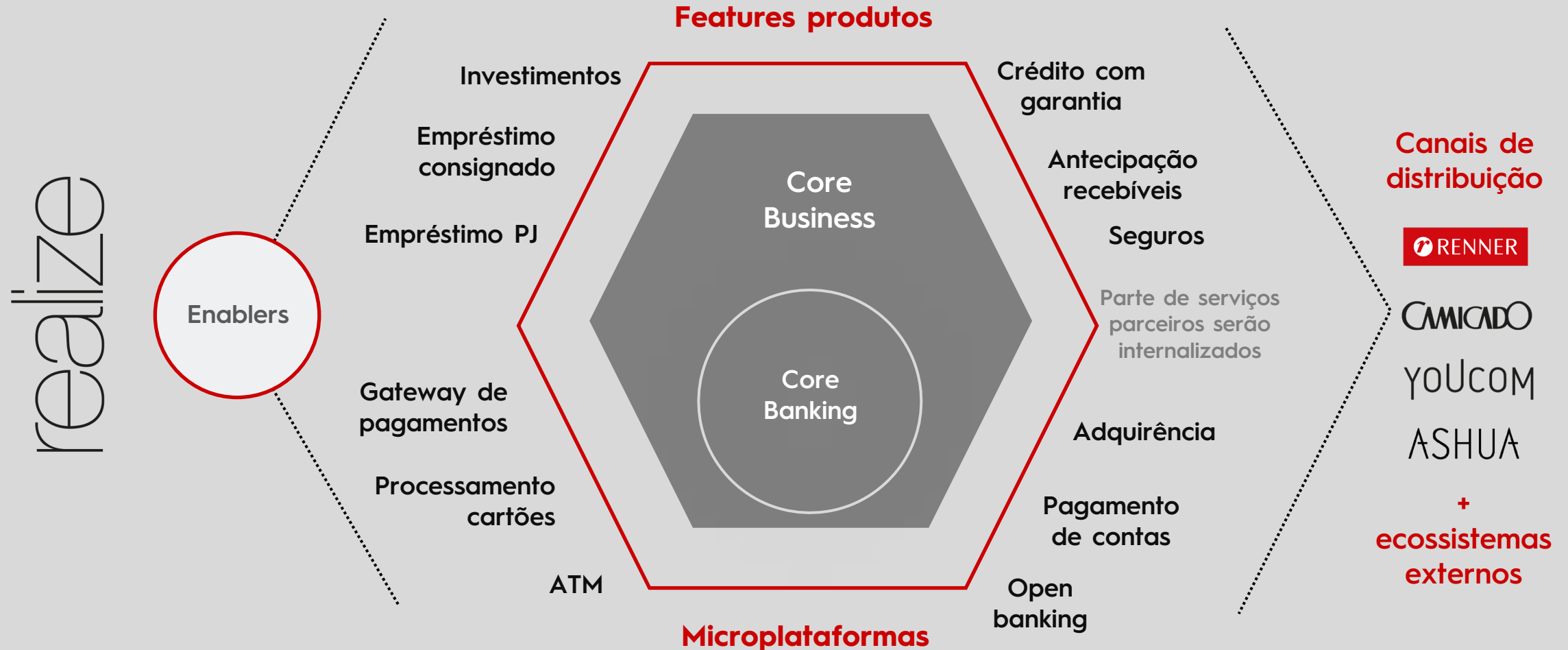
PORTO SEGURO

Parceria como aceleradores

M&A

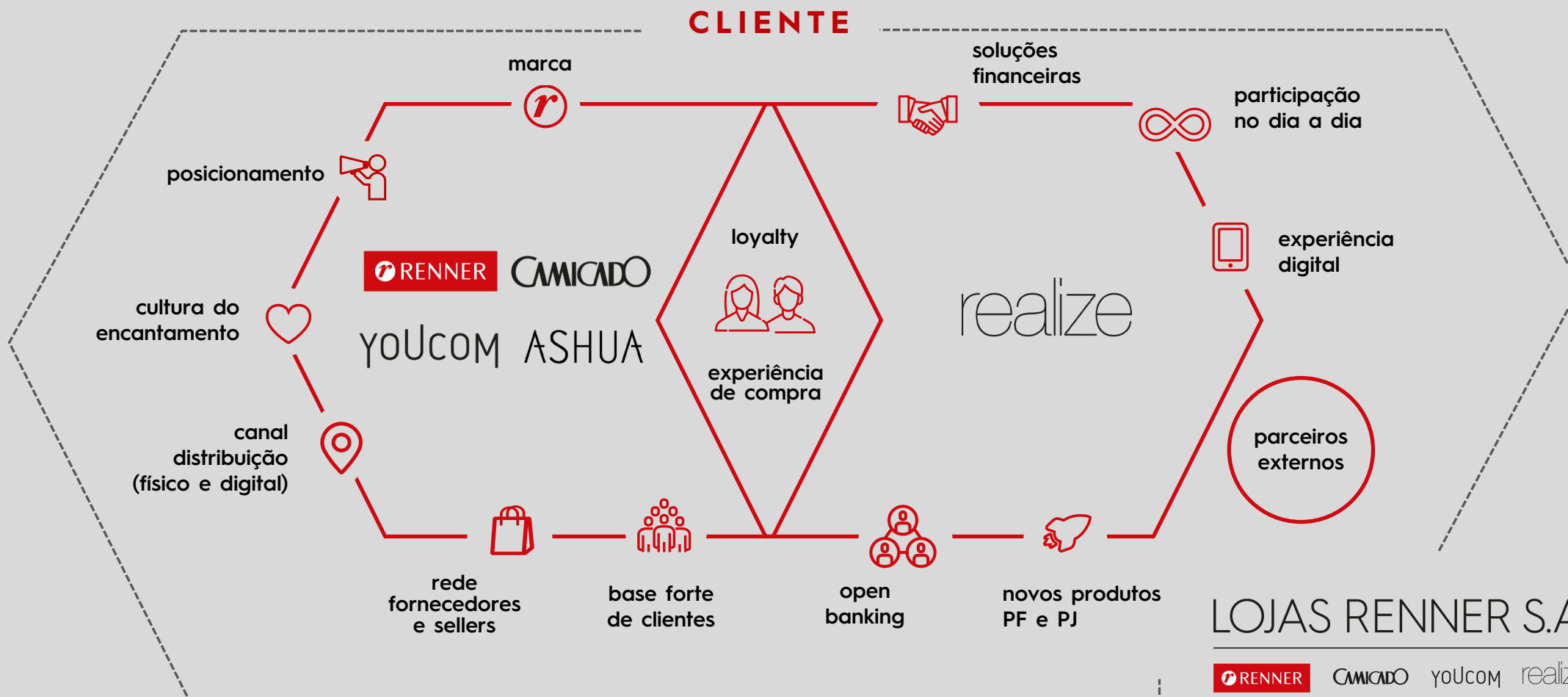
Varejo + banking = participar da jornada diária do cliente

Plataforma de soluções financeiras inovadoras e sustentáveis que impulse o ecossistema de lifestyle



Varejo + banking = alavancar o encantamento na jornada diária do cliente

ESTRATÉGIA REALIZE

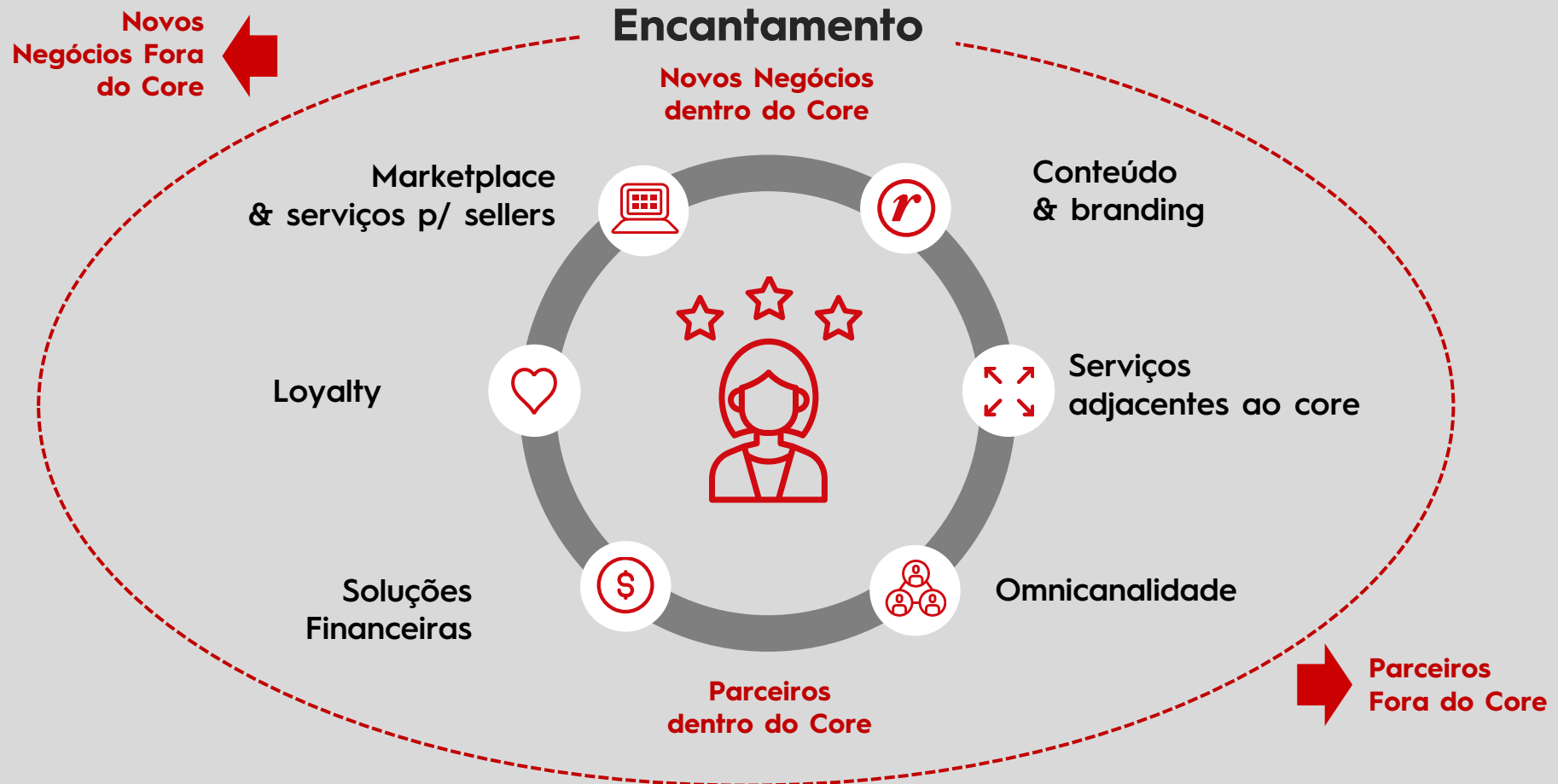


Novas estruturas



Ecosistema de **moda e lifestyle**

Potencializar a plataforma atual e ser o ecossistema especializado em moda e lifestyle líder e referência na América Latina



Pistas

Logística

Dados / Advanced Analytics

Marketing de performance

CRM

Tecnologia



Alessandro Pomar

Diretor de TI



Tomás Durandean

Diretor de Dados



Guilherme Reichmann

Diretor de Estratégia e
Novos Negócios



Alvaro Azevedo

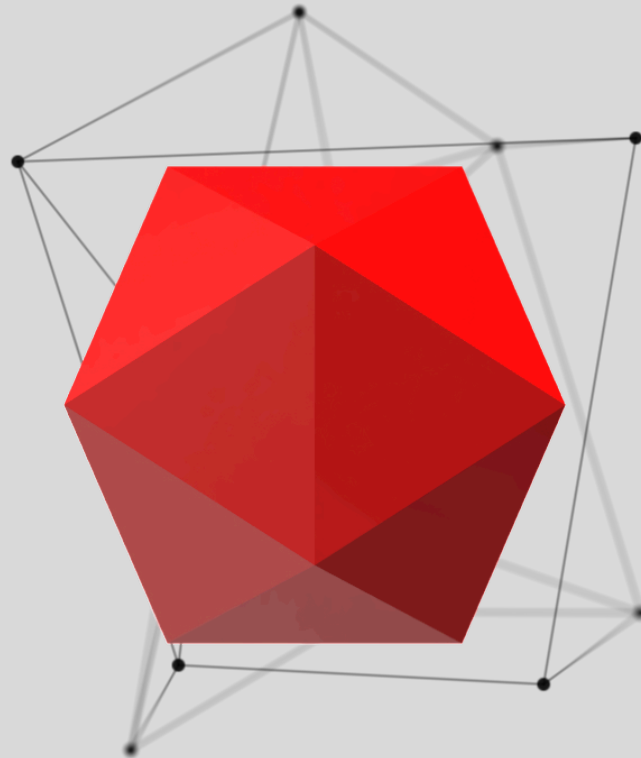
CFO e DRI

Ecosistema **Lojas Renner S.A.**

Ecosistema líder
no varejo de
moda e lifestyle

Criação de
plataforma única de
marcas, parceiros e
sellers

Ser **referência em atração
e retenção** de talentos de
moda, varejo, tecnologia,
dados, fulfillment e
inovação



Ampliação
de mercado
endereçável

Potencial **aumento
relevante** da base
de clientes

Fortalecimento
da **cultura de
encantamento**

Aumento do
life time value



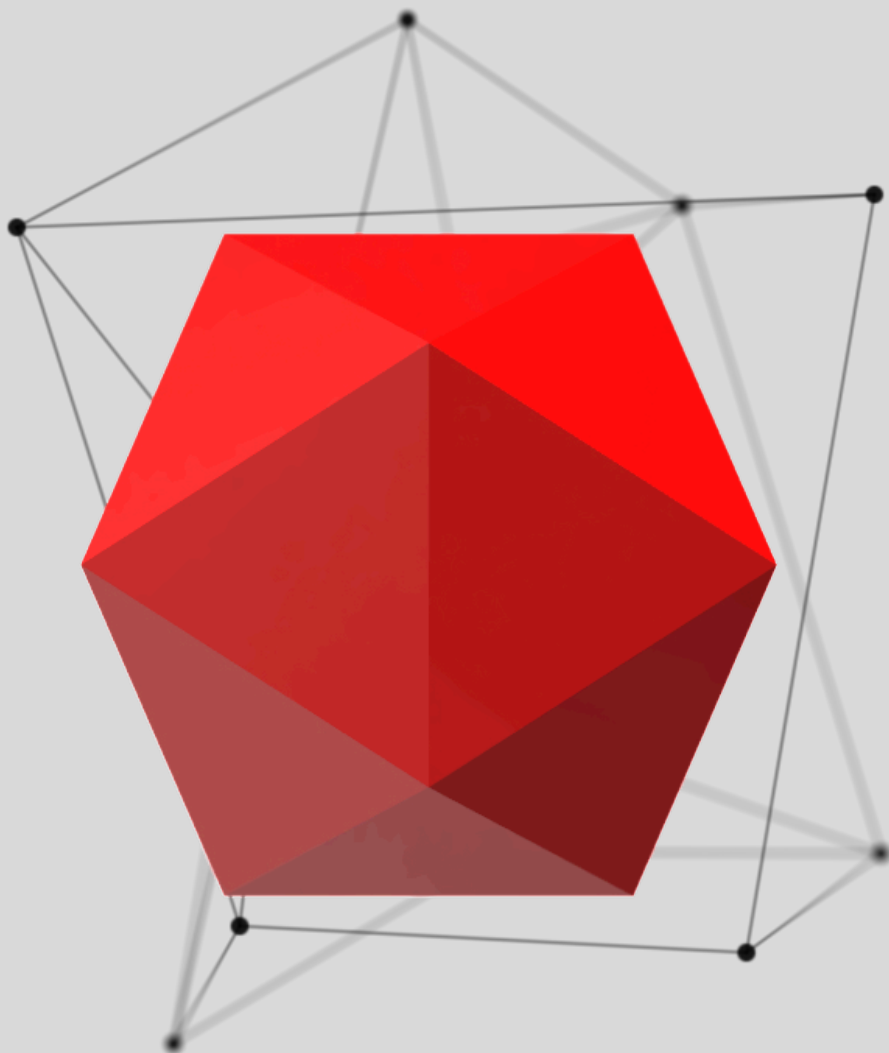
eⁿ =

peças + produtos e serviços
+ inovação + digitalização
+ sustentabilidade.



**Proposta
de valor**

Entregar a melhor experiência em moda e lifestyle para o segmento médio/alto, encantando nossos clientes com produtos e serviços de qualidade a preços competitivos, por meio de um ecossistema inovador e sustentável.



2021

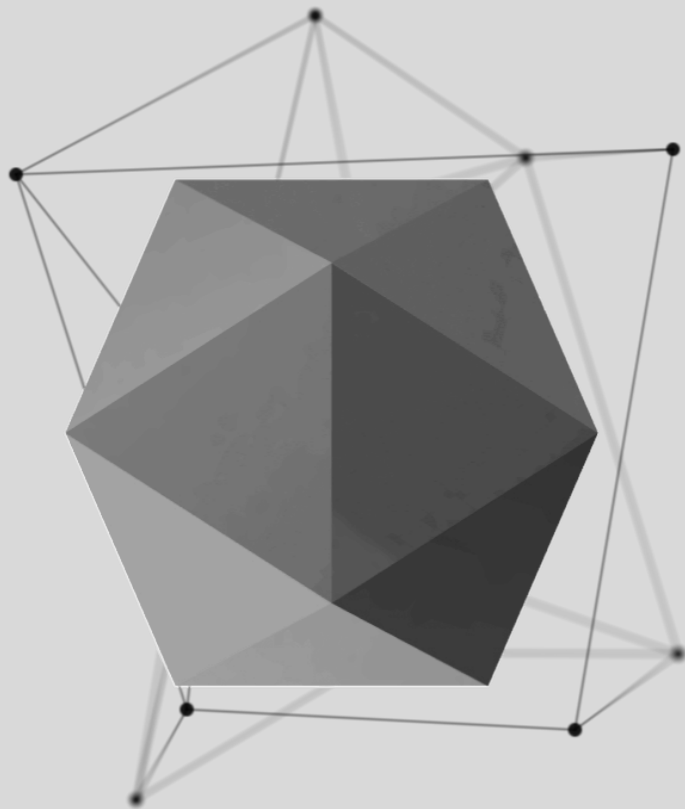
INVESTOR**DAY**

LOJAS RENNER S.A.

 **RENNER** **CMICADO** **youcom** realize

MARÇO 2021 B3: LREN3; USOTC:LRENY

Certas declarações desta apresentação se constituem em previsões, as quais envolvem riscos, incertezas e outros fatores que podem fazer com que haja diferenças materiais entre níveis de atividades, resultados e desempenhos futuros. Esse material e as informações aqui contidas incluem as expectativas de desempenho econômico e de fatores de mercado, demanda do setor e outros aspectos que podem não se materializar.



LOJAS RENNER S.A.



CMICADO youcom realize

pilares de atuação

DIGITALIZAÇÃO

INOVAÇÃO

SUSTENTABILIDADE

ESG

ESG para a construção de um ecossistema durador

Estratégia moda responsável

Compromissos públicos 2021

Governança corporativa

Oportunidades de desenvolvimento

Maior assertividade nas operações e produtos

=

Moda responsável

=

Transparência



ESG para a construção
de um **ecossistema durador**

AMBIENTAL E SOCIAL

Trajectoria

Diretrizes estratégicas

Compromissos públicos

Principais iniciativas

**GOVERNANÇA
CORPORATIVA**

Trajectoria

Estrutura de governança

Melhores práticas

Gestão de riscos

RECONHECIMENTOS

**OPORTUNIDADES DE
DESENVOLVIMENTO**

Proposta de valor

LOJAS RENNER S.A.



Entregar a melhor experiência em moda e lifestyle para o segmento médio/alto, encantando nossos clientes com produtos e serviços de qualidade a preços competitivos, por meio de um ecossistema inovador e **sustentável**.



Atuação ESG já faz parte da nossa história



Programa social
com a **cadeia
produtiva**
desde 1999



**Instituto Lojas
Renner** foi criado
em 2008



Primeira
corporação
brasileira em
2005



Gestão para
**mudanças
climáticas**
desde 2010



Ambiental **e social**

Trajectoria

Estratgia moda responsvel

Compromissos pblicos

Principais iniciativas

Trajetoária

Histórico em gestão sustentável iniciado há muitos anos



Estratégia de **moda responsável**

Estratégia sustentada por quatro pilares de atuação



Compromissos **públicos**

Metas específicas aliadas à estratégia

COMPROMISSOS PÚBLICOS 2021



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



100% da cadeia nacional e internacional de revenda com **certificação socioambiental**



75% do consumo de energia corporativo será de **fontes de energia renováveis de baixo impacto**: PCHs, solar, eólica e biomassa



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

1 Considerando os produtos de vestuário.

2 Empresas de 1o e 2o nível que produzem marca Renner.

3 Certificações e/ou auditorias Renner acreditada por organismo externo.

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

5 Com base no inventário 2017 e considerando escopos 1, 2 (abordagem de escolha de compra) e 3.

Compromissos **públicos**

Aumento do uso de produtos menos impactantes

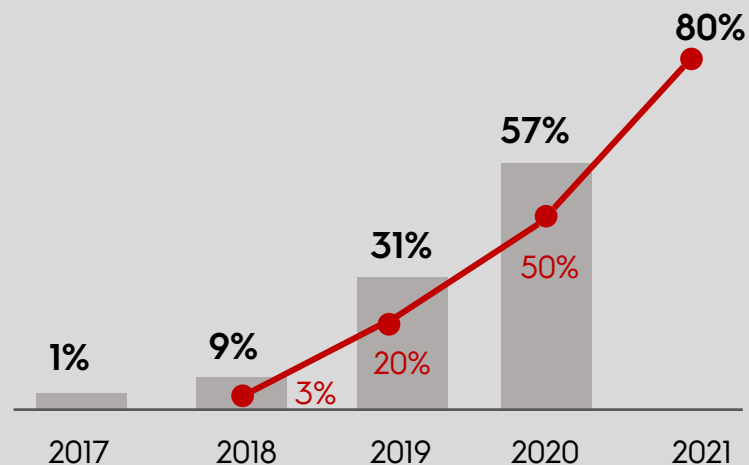


80% de produtos menos impactantes,

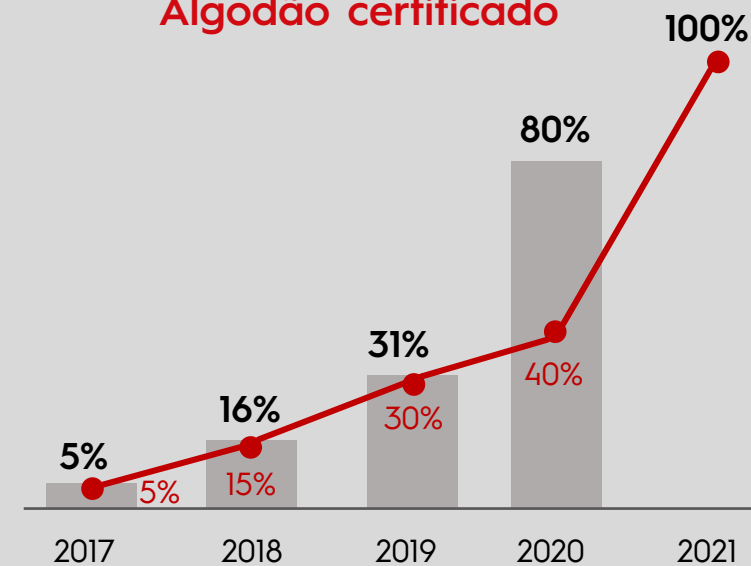
sendo 100% de algodão certificado

- Requisito mínimo de algodão e viscose certificados
- Desenvolvimento de coleções especiais Re

Produtos menos impactantes



Algodão certificado



Realizado Meta

Compromissos **públicos**

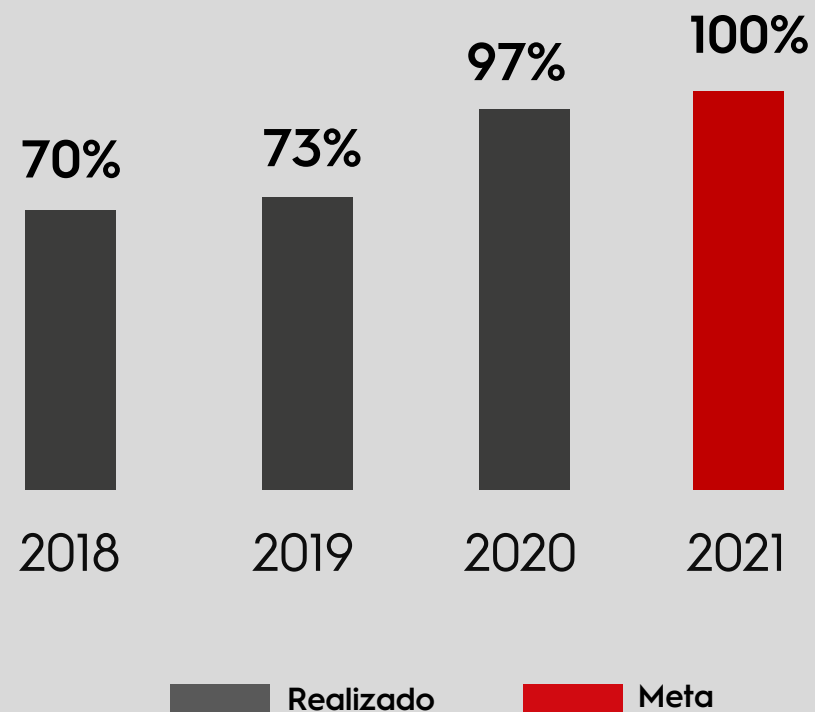
Ter toda a cadeia de revenda certificada



100% da cadeia nacional e internacional de revenda

com certificação socioambiental

- Mapeamento de **100%** do tier 2
- Realização de **100%** auditorias sociais - tier 1
- Realização de **87,6%** auditorias ambientais - tier 1



Compromissos **públicos**

Operar através de mais energia renovável



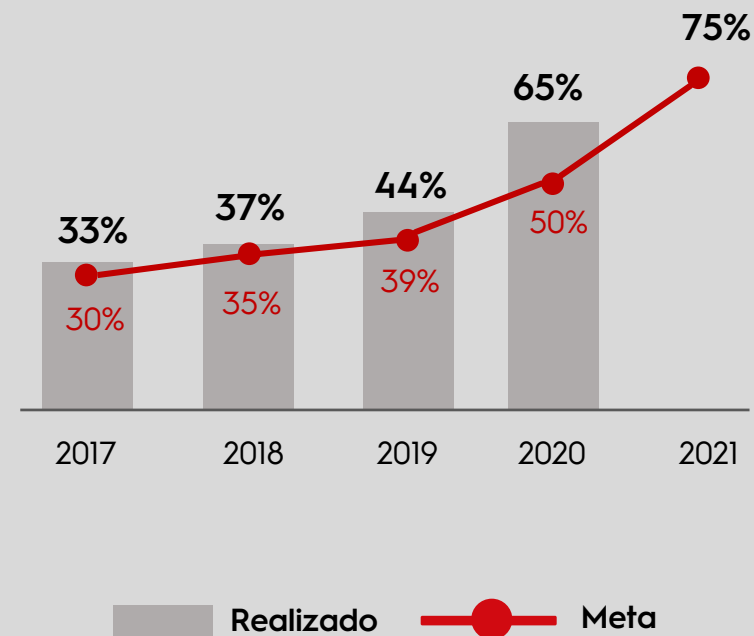
75% do consumo de energia corporativo

será de fontes de energia renováveis de baixo impacto

2020

- **45%** através da utilização direta de energia renovável de baixo impacto (solar, eólica, biomassa e pequenas centrais hidrelétricas).
- **20%** através da aquisição de IRECs (certificados de energia renovável) para as lojas que estão no sistema de rateio em shoppings.

Energia de fonte renovável de baixo impacto



Compromissos **públicos**

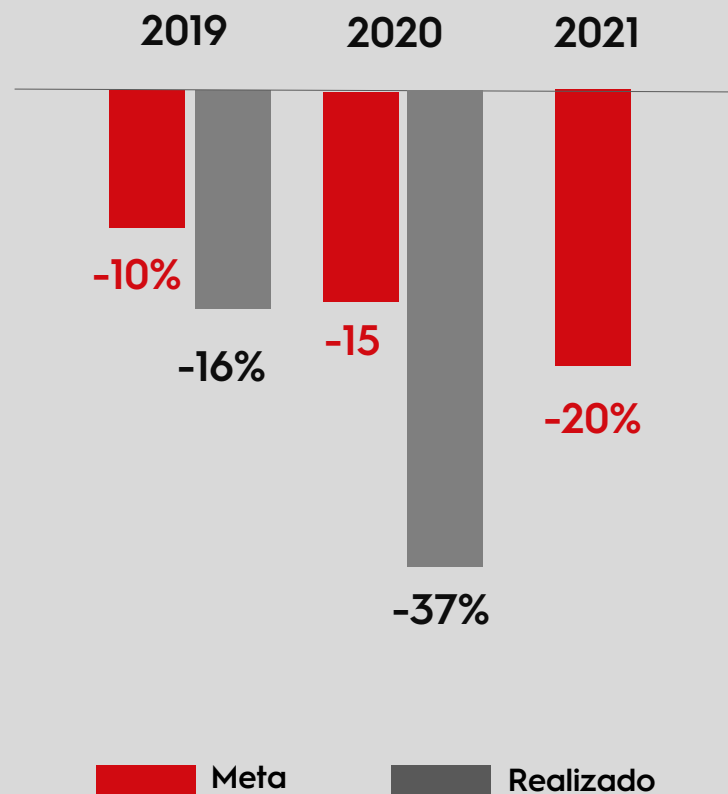
E assumimos metas específicas aliadas à nossa estratégia



20% de redução das emissões absolutas de CO₂

frente ao inventário de 2017

- Inventário de emissões com inclusão do Uruguai
- Estudo de precificação de carbono
- Participação no CDP e iCO2
- Neutralização de emissões GEE
- Piloto Inventário de emissões em fornecedores



Principais **iniciativas**

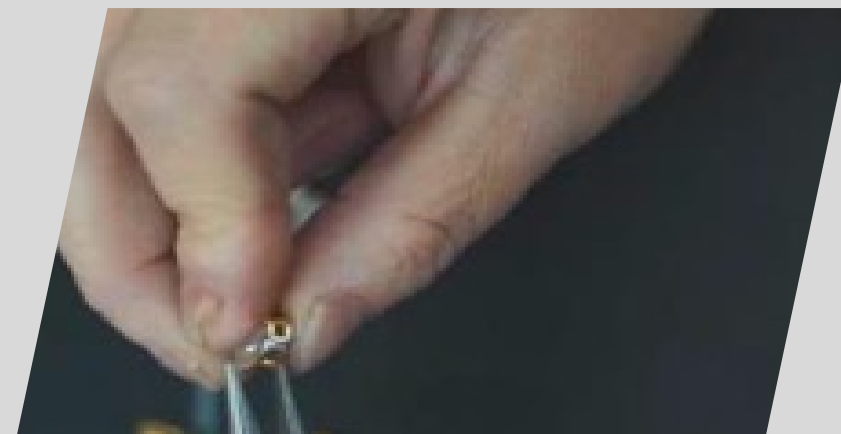
DESENVOLVIMENTO DA CADEIA

Programas que já desenvolveram

mais de 300 fornecedores

para temas relacionados à qualidade e sustentabilidade:

- Encadeamento Produtivo: apoio ao desenvolvimento de subcontratados junto ao SEBRAE
- Produção Mais Limpa (P+L): avanço nos temas ambientais materiais
- Programa de Excelência Renner (PER): reconhecimento às melhores práticas na cadeia de fornecimento

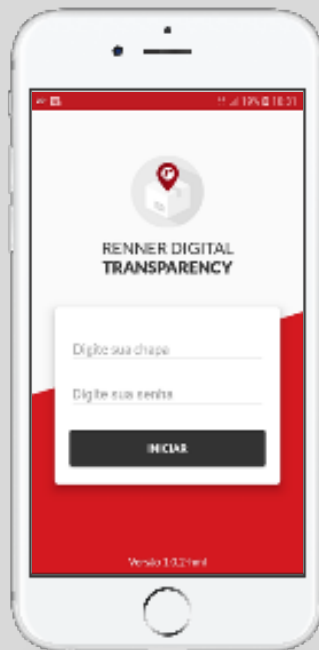


Principais **iniciativas**

Atuação ativa junto à cadeia de fornecedores

SUPPLY ANALYTICS

RDT - RENNER DIGITAL TRANSPARENCY



OBJETIVO

Rastreabilidade da produção desde a concepção da matéria-prima até o produto final

PARCEIROS



BI - BUSINESS INTELLIGENCE

OBJETIVO

Reunir dados de diversas fontes sobre os fornecedores de uma forma visual e rápida para uma tomada de decisão embasada e assertiva

PARCEIROS



Principais **iniciativas**

Aderência a associações e pactos que representem nossa estratégia ESG

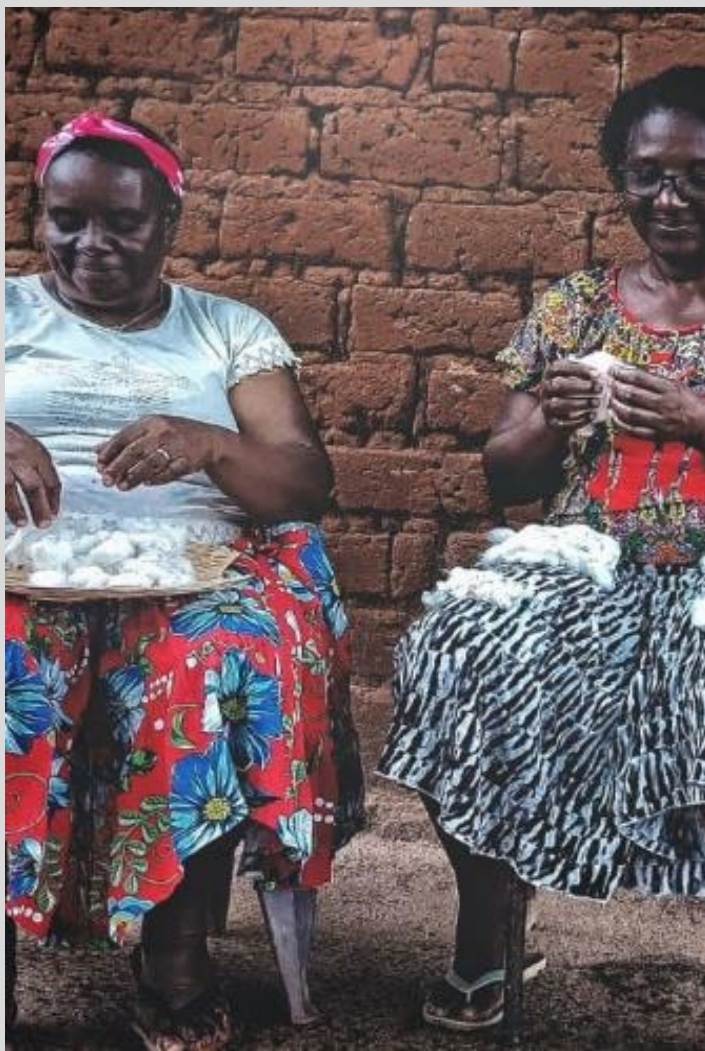
TRANSPARÊNCIA

- Participação em iniciativas coletivas reconhecidas que reforçam nosso compromisso e engajamento com o tema
- Políticas: Sustentabilidade, Direitos Humanos, Código de Conduta para Colaboradores e para Fornecedores
- Lista de fornecedores
- Checklist de auditoria
- Relatório Anual



Principais **iniciativas**

Atuação social através do Instituto Lojas Renner



INSTITUTO
LOJAS
RENNER

MISSÃO

transformar vidas por meio do empoderamento feminino na cadeia têxtil

Desde 2008

R\$20MM

arrecadados e destinados a projetos

mais de

20MIL

mulheres empoderadas

Principais **iniciativas**

Atuação social através do Instituto Lojas Renner

COMBATE À COVID-19

Mais de

R\$5MM

destinados a hospitais,
secretarias de saúde e
entidades de assistência
social

Apoiamos comunidades em vulnerabilidade e articulamos nossa rede de fornecedores e colaboradores para buscar novas formas de contribuir



Na foto, registro da doação de cobertores para moradores de rua de São Paulo, ação em parceria com a B3 e a prefeitura local

Principais **iniciativas**

Atuação social através do Instituto Lojas Renner

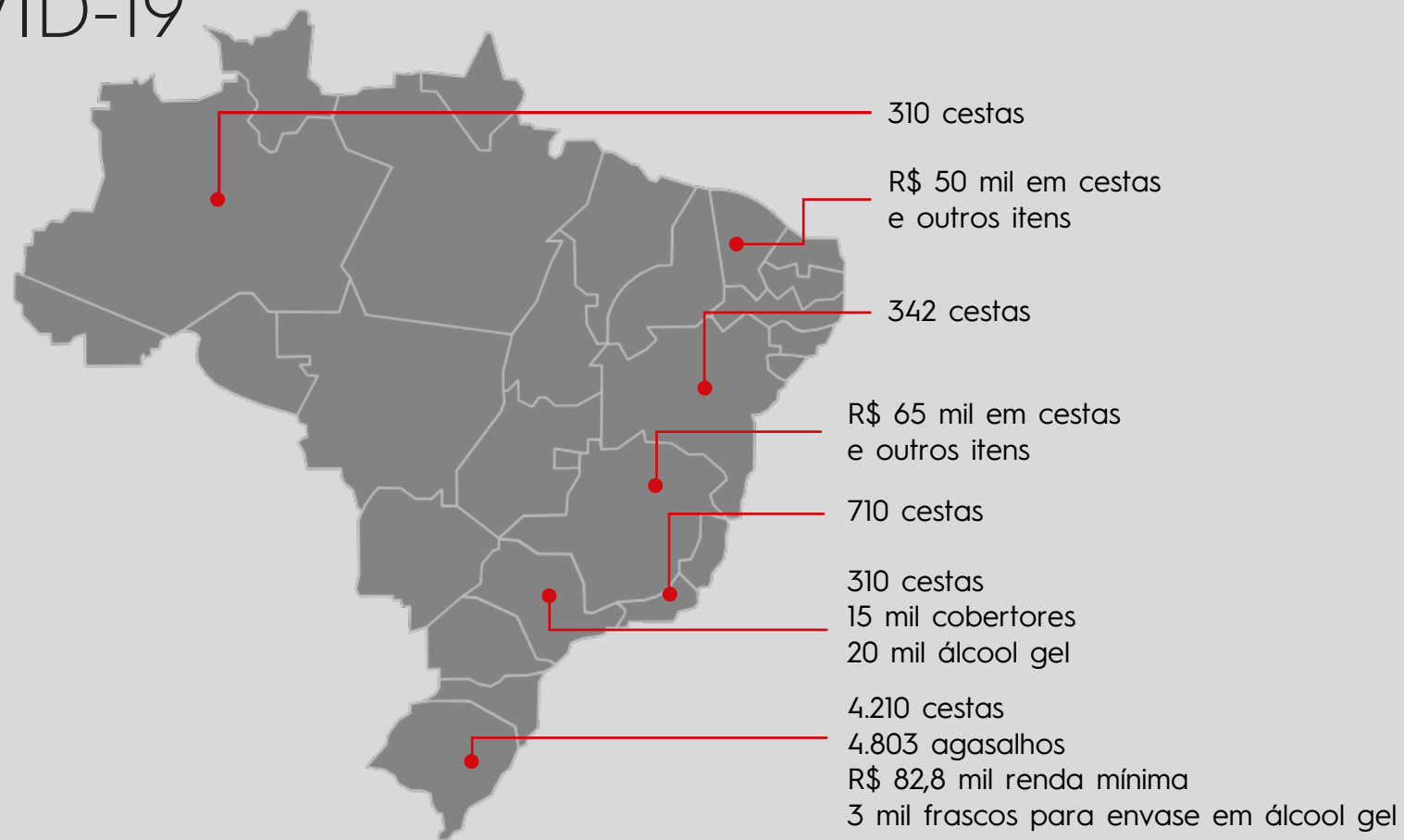
COMBATE À COVID-19

Confecção e distribuição de **1,5 MM EPIs hospitalares** para RS, SC, SP, RJ, AM, RR, PA (R\$ 1,3 MM em receita para fornecedores da cadeia da moda)

R\$ 1,9 MM a hospitais para aquisição de suprimentos RS, SC, SP, RJ

130 ton de cestas básicas RS, SP, RJ, MG, BA, CE, AM

245 mil máscaras de tecido para RS, SC, SP, AM (R\$ 190 mil em renda para grupos de costureiras)



Principais **iniciativas**

Direitos humanos

24.757
colaboradores

Gênero	Total	%
Mulheres	16.041	65%
Homens	8.716	35%

Perfil de diversidade por cargo	Demais colaboradores	Lideranças	Diretoria Estatutária	Conselho
Mulheres	65%	64%	40%	25%
Homens	35%	36%	60%	75%

Principais **iniciativas**

Direitos humanos

2019

Política de Direitos Humanos

2020

Due Diligence: matriz de risco de DH
Análise de gaps em DH

2021

Trabalho com a squad de DH



Foco: combate à discriminação e assédio e à violência doméstica

Discriminação

Foco: promoção da diversidade e inclusão

Principais **iniciativas**

Produtos e serviços sustentáveis

JORNADA DE TRANSIÇÃO PARA ECONOMIA CIRCULAR

selo Re: peças de roupa e acessórios feitas com matérias-primas e processos menos impactantes

algodão certificado, reciclado, agroecológico ou orgânico, viscose certificada, jeans desfibrado, poliamida biodegradável, poliéster reciclado, entre outros



Principais **iniciativas**

Produtos e serviços sustentáveis

COLEÇÕES ESPECIAIS

Coleções-cápsula a partir de matérias-primas e processos produtivos menos impactantes

- Re Flora, Re Folklore, Re Resort (2019); Re Jeans e Re Minas (2020) na Renner
- Calça circular pós-consumo na Youcom
- Mestras do Barro na Camicado



Principais **iniciativas**

Produtos e serviços sustentáveis

CONSUMO DE ÁGUA NO JEANS

GESTÃO ECOEFICIENTE

-44%

água consumida

Coleção Re Jeans produzida com consumo menor de água em comparação com uma peça convencional

Metodologia de pegada hídrica que permite mapear o uso de água nas etapas de confecção e acabamento de cada jeans



Principais **iniciativas**

Produtos e serviços sustentáveis

COLETOR ECOESTILO

Mais de

54ton

de embalagens
coletadas

por meio do serviço de logística reversa: recolhimento e destinação correta de roupas em desuso e frascos de perfumaria

2,4ton

de roupas
reunidas

que são destinadas para aterro, reciclagem, por meio do processo de desfibragem, ou ainda para reutilização por upcycling ou doação

AQUI SUAS ROUPAS
E EMBALAGENS GANHAM O DESTINO
AMBIENTALMENTE CORRETO.

eco
estilo Res.

Principais **iniciativas**

Gestão Ecoeficiente

ESTRATÉGIA MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Compromissos da ONU
Business Ambition 1,5° e
Fashion Industry Charter
for Climate Action -
FICCA

- Composição da carteira do ICO₂ da B3 desde o lançamento em 2010
- Inventário de emissões de gases de efeito estufa desde 2010
- Neutralização de 100% das emissões desde 2016



Principais **iniciativas**

Gestão Ecoeficiente

MUDANÇAS CLIMÁTICAS



2021

Compromissos públicos

20% de redução das emissões de CO₂



2030

30% de redução das emissões escopo 1,2 e 3 de CO₂ até 2030



2050

Emissões líquidas **zero**

Principais **iniciativas**

Gestão Ecoeficiente

MUDANÇAS CLIMÁTICAS



Nossas operações

ações para redução de emissões, guiadas pelos princípios de economia circular:



Iluminação LED



Certificação LEED da sede administrativa e 2 lojas



Automação



1ª loja circular do Brasil



Telemetria & ecodriving



Novo CD com certificação LEED e geração de energia renovável



Estudo de adaptação a mudanças climáticas e precificação de carbono



3 parques solares viabilizados para nossas operações

Principais **iniciativas**

Gestão Ecoeficiente

MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Nossas operações

65%

da energia consumida vem de fontes renováveis de baixo impacto (solar, eólica, biomassa e pequenas centrais hidrelétricas)



Principais **iniciativas**

Novo ciclo

Diretrizes
estratégicas para
Renner



Ambições de longo
prazo para Lojas
Renner S.A.

Redução do
impacto negativo



Foco no impacto
positivo

**Pilares de moda
responsável focados
em Lojas Renner**



**Estratégia que
estabeleça
conexão com
ecossistema dos
nossos negócios**



Governança **corporativa**

Trajectoria

Estrutura

Melhores práticas

Gestão de riscos

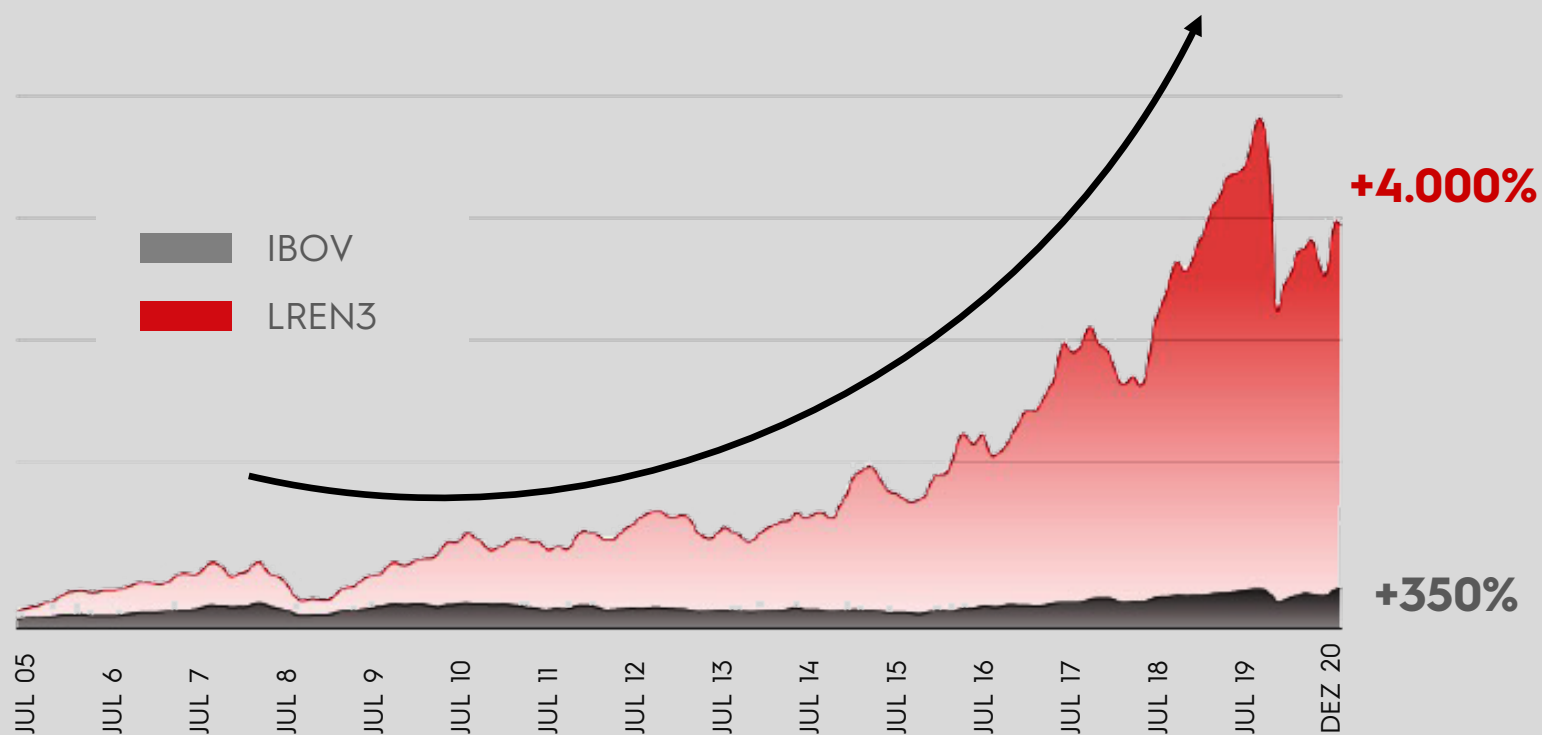
Trajetória

Nossa história de governança vem desde a criação da Companhia



Trajetória

LREN3 - Geração de valor e alta liquidez



Em julho de 2005, a Lojas Renner valia R\$ 900 MM e em dezembro de 2020

R\$ 34,5 bi

Distribuição, no período,

de **R\$ 3,3 bi**

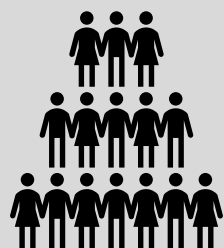
em dividendos

Estrutura

1ª Corporation brasileira = 100% free float

Total de ações: 793MM

1 ação = 1 voto



132,8 MIL

acionistas

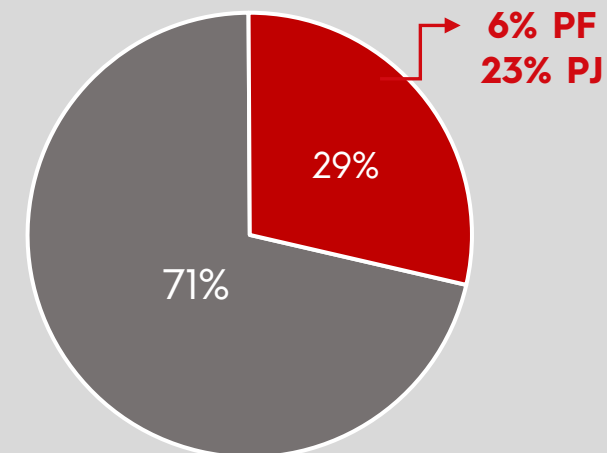
fevereiro/2021

1,1 mil estrangeiros

130,0 mil pessoas físicas

1,7 mil pessoas jurídicas

% no capital social



■ Estrangeiros ■ Brasileiros

Estrutura

Conselho de Administração experiente e atuante



José Galló
Presidente do Conselho



Osvaldo Schirmer
Vice-presidente do Conselho (Independente)



Carlos Souto
Membro independente



Fábio Pinheiro
Membro independente



Juliana Rozenbaum
Membro independente



Thomas Herrmann
Membro independente



Christiane Edington
Membro independente



Alexandre Gouvea
Membro independente

- 8 membros – **7 independentes** (88%)
- **25% de mulheres**
- **4 comitês de assessoramento**
Comitê de Pessoas (2005)
Comitê de Sustentabilidade (2008)
Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos (2012)
Comitê Estratégico (2014)
- **Avaliação** formal **desde 2009**
- Regimento interno próprio
- Adesão ao Women on Board (WOB)
- Permanência média no cargo de 7 anos
- **Complementariedade de expertises**
- Secretário para o Conselho e Comitês

Estrutura

Diretoria Estatutária experiente e engajada



Fabio Faccio
Diretor Presidente



Alvaro de Azevedo
CFO e DRI



Clarice Costa
Diretora de RH



Fabiana Taccola
Diretora de Operações



Henry Costa
Diretor de Produtos

- **5 Diretores estatutários**
- Diretorias não estatutárias
- **40% de mulheres**
- **6 comitês de gestão**
 - Comitê Executivo
 - Comitê de Prevenção de Perdas
 - Comitê de Real Estate
 - Comitê de Ética Empresarial
 - Comitê de Divulgação
 - Comitê de Segurança da Informação
- Regimento interno próprio
- **Avaliação formal**
- **Remuneração atrelada a fatores ESG**

Estrutura

Conselho Fiscal permanente desde 2006



Joarez Piccinini
Presidente do Conselho Fiscal



Estela Souza
Membro efetivo



Roberto Decourt
Membro efetivo

Membros suplentes



Roberto Branchi



Isabel Santiago



Vanderlei da Rosa

- Órgão independente
- 3 membros efetivos e 3 suplentes
- **33% de mulheres**
- **Regimento interno próprio**
- **Reuniões com auditores externos**
- Secretário para o Conselho Fiscal

Melhores **práticas**

15 anos de Corporation e de Novo Mercado

Antes

Controlador com 98%



Depois: **100% de free float**
(sem acionista controlador)

15 anos depois



LREN
B3 LISTED NM

Melhores **práticas**

Informe do Código Brasileiro de Governança Corporativa



96,8%

Em **2018**, primeira empresa a entregar o Informe à CVM e a **mais aderente ao Código** Brasileiro de Governança Corporativa

98,1%

Desde **2019**, manutenção da maior aderência ao Código dentre as empresas

Melhores **práticas**

QualityScore Rating ISS Governance – Internacional

GOVERNANÇA



* Menor ou maior risco de governança em relação ao seu índice ou região.

Melhores **práticas**

Remuneração dos Administradores

Baseada nas premissas:

- Metas e estratégias de negócios;
- Melhores práticas de mercado;
- Interesses dos acionistas na criação de valor sustentável e de longo prazo;
- Propósito da Companhia.

CONSELHO DE
ADMINISTRAÇÃO

DIRETORIA

Composta de:

FIXA: Pró-labore e participação em Comitês

FIXA: Pró-labore e benefícios

VARIÁVEL: Participação estatutária

BASEADA EM AÇÕES: Planos de Opções de Compra de Ações e de Ações Restritas

A remuneração variável da Diretoria inclui temáticas relacionadas à sustentabilidade e ao desenvolvimento e resultados do plano estratégico de moda responsável

Melhores **práticas**

Remuneração da Diretoria atrelada a metas ESG

REMUNERAÇÃO ESG

Em vigor desde 2017

2021: **100% do C-LEVEL** (todas as empresas)

Metas anuais, com monitoramento de indicadores de resultado parcial para 6 meses

Métricas relacionadas aos **compromissos públicos** assumidos para o ano de 2021:

- mudanças climáticas
- conformidade de fornecedores de produto
- processos de fabricação de produtos têxteis que reduzam o impacto ambiental

Gestão de **riscos**

Ética

CÓDIGO DE CONDUTA

Colaboradores, em **1995**
Fornecedores, em **2018**



POLÍTICA ANTICORRUPÇÃO

Criada em 2014

Gerida pela área de *Compliance* Corporativo
Capacitação e treinamento, inclusive para diretores e conselheiros

Guia Prático de Relacionamento com Agente Público
Não há casos de corrupção envolvendo a Lojas Renner

CANAL DE DENÚNCIAS

Terceirizado e independente

Canal: 0800 900 9091 ou

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

Gestão de **riscos**

Política de Gestão para Controle de Riscos

COMITÊ DE CRISE MULTIDISCIPLINAR

- Política de Governança, Riscos e Conformidade
- Política de Auditoria
- Política de Compliance
- Política de Gestão Financeira
- Política de Destinação de Resultados
- Política de Divulgação de FR e Negociação de V. Mobiliários
- Política de Partes Relacionadas
- Política de Indicação e de Remuneração dos Administradores
- Política de Segurança da Informação
- Política de Atendimento e CRM
- Política de Sustentabilidade

Processo de gestão

identificar - avaliar - mensurar - tratar - monitorar

Gestão de **riscos**

Cultura de Gestão de Riscos

DIRETORIA DE RISCOS

Riscos monitorados



Riscos operacionais



Riscos estratégicos



Riscos reputacionais



Riscos socioambientais

Riscos emergentes



Pandemias



Cybersegurança

Gestão de **riscos**

Segurança da Informação

ESTRUTURA

Duas áreas estruturadas voltadas para **Cyber Segurança** na Companhia:

Comitê Corporativo de Riscos Cibernéticos e Fraude, multidisciplinar

Segurança da Informação, da Diretoria de TI

Riscos e Compliance de Segurança da Informação, da Diretoria de Riscos

- Privacidade e segurança para clientes
- Políticas, normas e diversos manuais
- Proteção contra ataques cibernéticos
- Resposta a incidentes e interrupções
- Proteção dos dados dos clientes
- Gestão de identidades e acessos
- Conscientização para segurança
- 100% aderente à LGPD

Governança corporativa

SECRETARIA DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

- apoia as atividades relacionadas ao funcionamento de governança
- atendimento e relacionamento com acionistas e agências de recomendação de voto
- questões relacionadas às assembleias gerais
- proposição e implementação de processos que promovam sempre as melhores práticas de governança para a Companhia

acionistas@lojasrenner.com.br

transparência - equidade - responsabilidade - clareza na prestação de contas



Reconhecimentos **e índices**

Reconhecimentos **e índices**

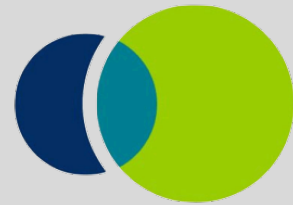
Nossas iniciativas e resultados foram reconhecidos



ISEB3

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE) B3

7º ano consecutivo



Dow Jones
Sustainability Indexes

DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX (DJSI)

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



RANKING MERCO - MONITOR EMPRESARIAL DE REPUTAÇÃO CORPORATIVA

Renner em 12ª colocação, tendo
subido 9 posições

Reconhecimentos e índices

Nossas iniciativas e resultados foram reconhecidos



ÍNDICE ESG B3 E S&P

1ª colocada na criação da carteira



ÍNDICE CARBONO EFICIENTE (ICO2) B3

10º ano consecutivo



CDP CLIMATE CHANGE

10º ano consecutivo submetendo informações ao CDP Climate Change com evolução da nota no último para B



MORGAN STANLEY CAPITAL INTERNATIONAL (MSCI)

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



FTSE4Good

FTSE4GOOD

6º ano consecutivo



ASSOCIAÇÃO WOMEN ON BOARD

Compromisso de, ao menos, 2 mulheres no CA



relatório
anual
2020

TRANSFORMAÇÃO
PELAS PESSOAS

LOJAS RENNER S.A.

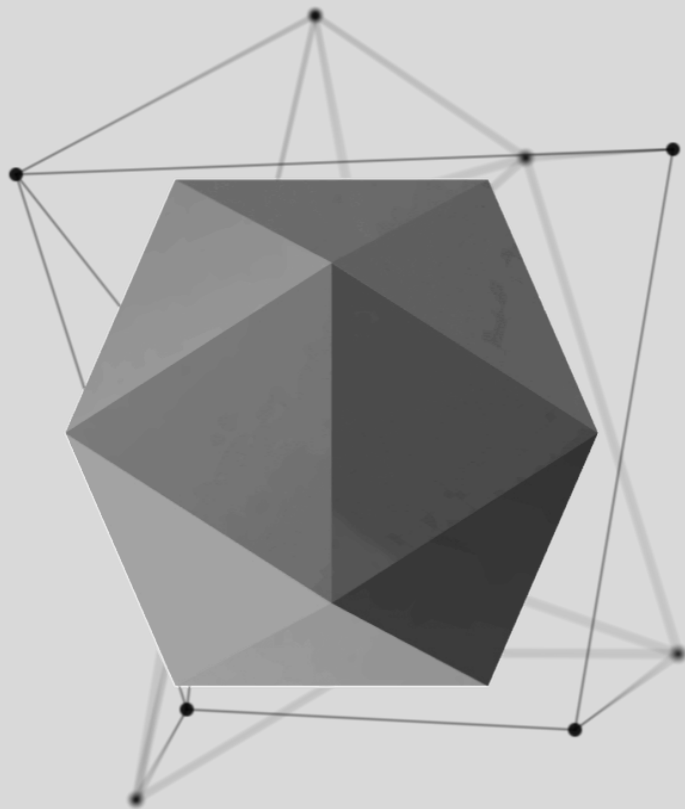
RENNER CAMUNDO youCOM realize

NoteBook Pro



Oportunidades

de desenvolvimento



LOJAS RENNER S.A.



CMICADO

youcom

realize