

Relatório Anual 2014

LOJAS RENNER S.A.

 RENNER

YOU.COM

 CIMICADO

Relatório Anual 2014

LOJAS RENNER S.A.



Este relatório foi escrito em colaboração com diversas áreas da empresa e todas as fotografias são de colaboradores, com *looks* da Renner.

Índice

- 04 Mensagem da Administração
- 06 Missão, Visão, Valores
- 08 História
- 10 Sobre o Relatório
- 13 Destaques do Ano
- 14 Lojas Renner S.A.
- 24 Condução do Negócio
- 44 DNA de Encantamento
- 62 Relacionamento na Cadeia de Fornecedores
- 74 Gestão Ambiental
- 88 Resultados Alcançados pela Operação
- 98 Acompanhamento de Metas
- 106 Índice GRI
- 118 Créditos

Mensagem da Administração

G4-1 G4-15

O ano de 2014 foi concluído, novamente, com a conquista do crescimento de nossos negócios, investimentos contínuos na expansão sustentada da Companhia e criação direta e indireta de empregos. Seguimos colocando em prática nossa estratégia e implementando importantes projetos, tanto em nossas lojas quanto em nossa cadeia de fornecedores e na estrutura administrativa e logística, que dão o suporte necessário para aprimorar cada vez mais a experiência de compra de nossos clientes.

Esta publicação traz detalhes sobre todas as iniciativas que nos levaram a alcançar os resultados positivos do ano, de forma a manter, junto a nossos *stakeholders*, um canal de transparência sobre nossos princípios, valores e a maneira responsável que orienta a condução do negócio, gerando valor e desenvolvimento para toda a nossa cadeia, e minimizando os impactos ambientais advindos de nossas operações.

Nossos compromissos com o Pacto Global da ONU e com o Pacto pela Erradicação do Trabalho Escravo, nossa inserção ao Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBOVESPA, a adesão às iniciativas de gestão ambiental relacionadas às mudanças climáticas – o GHG *Protocol* e o *Carbon Disclosure Project* - e a atuação do Instituto Lojas Renner em nosso objetivo de empoderamento da mulher são exemplos, apresentados aqui, de como seguimos, buscando fazer do crescimento do nosso negócio uma alavanca de desenvolvimento para nossos *stakeholders*.

E esse esforço é contínuo. Em 2014, criamos mais de mil postos de trabalho e alcançamos Índice de Engajamento de 82%, significativamente acima da média do setor no Brasil e no Mundo,

que é de 58%. Investimos em treinamento e capacitação para o desenvolvimento de nossos profissionais e buscamos oferecer um ambiente motivador, que reconheça sua atuação e seu potencial e estimule todos a evoluírem.

Isso se refletiu no reconhecimento de instituições que são referência na avaliação da relação das empresas com seus colaboradores: a revista *Você S/A*, incluiu, mais uma vez, a Lojas Renner S.A. nas publicações “As Melhores Empresas para Começar a Carreira” e “As Melhores Empresas para Você Trabalhar”, e o jornal *Valor Econômico* nos elencou em segundo lugar no *ranking* “Valor Carreira” – estudo elaborado pela consultoria Aon, que oferece um panorama de como a empresa está em relação a outras do mercado quando o assunto é gestão de pessoas.

Demos também muita atenção à qualidade da relação com nossos fornecedores, acentuando nossos esforços para fazer com que essa rede seja cada vez mais geradora de impactos positivos na economia e no desenvolvimento de oportunidades para milhares de profissionais. Identificamos e corrigimos problemas e, então, revisitamos e reforçamos nossas práticas de gestão de fornecedores para evitar casos que contrariem nossos princípios e objetivos de geração de valor e, ainda, para usar nosso potencial de influência como promotor do desenvolvimento sustentável dos nossos fornecedores e parceiros. O programa de melhoria contínua e os processos de avaliação e auditorias dos fornecedores e seus subcontratados, apresentados no decorrer deste relatório, são exemplos desse caminho percorrido.

Outro importante fator sustentador da qualidade no cenário de crescimento de nossa operação é o trabalho que temos realizado na remodelação da logística e dos serviços de suporte às lojas. Estamos construindo um novo Centro de Distribuição, em Santa Catarina, com alto grau de automação. Estamos implantando um novo modelo logístico que permite alta precisão no equilíbrio entre os itens que são enviados e os solicitados pelas lojas, atendendo às flutuações de demanda e melhorando a disponibilidade de produtos quando e onde nossos clientes desejarem. Também seguimos fortalecendo o Centro de Serviços Compartilhados (CSC), que opera as funções administrativas das lojas, fazendo com que nosso quadro de colaboradores que se relacionam diretamente com os clientes nas lojas possam se dedicar cada vez mais ao foco de encantar.

Em 2014, foram R\$ 502 milhões investidos para construir a Renner do futuro, um modelo de negócio cada vez mais sólido e preparado para os constantes desafios. Neste ano, inauguramos 31 lojas da Renner, marcando presença em todos os estados brasileiros e no Distrito Federal, além de 13 lojas da Camicado e dez da Youcom.

Nesse cenário de crescimento, iniciamos a implementação de nosso modelo de loja com menor impacto ambiental, com a inauguração da primeira loja sustentável da Renner, no Riomar Shopping Fortaleza (CE), construída dentro dos princípios da certificação LEED, que estabelecem um processo de construção ambiental e socialmente responsável, e maior ecoeficiência durante a operação. Esse cuidado com o meio ambiente tem sido foco contínuo da Companhia, que busca promover melhorias de infraestrutura, processos e gestão para reduzir o consumo de energia e minimizar as emissões de gases de efeito estufa.

Somente em 2014, realizamos a substituição de 58 mil lâmpadas fluorescentes, o que gerou redução de aproximadamente 15% no consumo de energia. Para 2015, está previsto um projeto piloto de eficiência energética que será implantado em 50 lojas ao longo do ano e irá abranger tanto a iluminação quanto o sistema de refrigeração das lojas, gerando redução estimada de 23% no consumo de energia.

Essa série de ações e o conjunto de boas práticas da Lojas Renner S.A. têm recebido reconhecimento de nossos clientes, o que se traduz em resultados financeiros, além de conquistas intangíveis – no ano passado, aumentamos em cerca de 20% nossa Receita de Vendas, batendo um recorde mensal histórico, em dezembro, com mais de R\$ 1 bilhão em vendas. A credibilidade da Renner no mercado também foi reconhecida, sendo eleita a marca de varejo de moda mais valiosa do Brasil, pela Interbrand e, para completar, o consumidor confirma: nossos “Encantômetros” registraram 97% dos clientes muito satisfeitos ou satisfeitos.

Acreditamos que são as pessoas que fazem a Lojas Renner S.A. prosseguir seu caminho com a força de sua marca, enfrentando os desafios do futuro, para transcender o resultado financeiro da empresa e criar ainda mais valor para todos.

Estamos orgulhosos das conquistas obtidas e engajados a seguir buscando, nos próximos anos, nossa principal realização: encantar a todos – nossos clientes, colaboradores, fornecedores, parceiros e acionistas.

Nosso agradecimento a todos e boa leitura!

Oswaldo Burgos Schirmer

Presidente do Conselho de Administração

José Galló

Diretor-Presidente

Missão

Ser a maior e melhor loja *fashion retailer* das Américas para o segmento médio/alto dos consumidores com diferentes estilos, sempre com moda, qualidade, preços competitivos e excelência nos serviços prestados. Encantando e inovando.

Visão

Encantar a todos é a nossa realização.

Valores

G4-56

Encantar

É a nossa realização: nos colocamos no lugar de nossos clientes, fazendo por eles tudo aquilo que gostaríamos que fizessem por nós. Devemos entender seus desejos e necessidades, exceder suas expectativas e, assim, encantá-los. Não somos meros colaboradores, somos encantadores de clientes. Não temos SAC, pois cada um de nós é um SAC: surgiu um problema, resolva-o imediatamente.

Nosso Jeito

Somos uma empresa alegre, inovadora, ética, austera, de portas abertas e onde a comunicação é fácil e transparente. Fazemos as coisas de forma simples e ágil, com muita energia e paixão. Nosso negócio é movido por persistência, criatividade, otimismo e muita proximidade com o mercado: temos que tirar o bumbum da cadeira.

Gente

Contratamos, desenvolvemos e mantemos as melhores pessoas, que gostam de gente, que têm paixão pelo que fazem e brilho nos olhos. Trabalhamos em equipe, e nossas pessoas têm autoridade e responsabilidade para tomar decisões. Proporcionamos a mesma escada para que todos os colaboradores possam subir na velocidade dos seus talentos, esforços e resultados.

Donos do Negócio

Pensamos e agimos como donos de nossas unidades de negócio, sendo recompensados como tais. Temos senso de urgência, atitude e agressividade na busca das melhores práticas, garimpando todas as oportunidades que aparecem no mercado. Tomamos decisões, correndo riscos com responsabilidade; aceitamos os erros que resultam em aprendizado, sem buscar culpados, mas causas que devam ser corrigidas. Somos responsáveis pela perpetuação da Renner, principalmente através de atitudes e exemplos: o exemplo vale mais que mil palavras.

Obstinação por Resultados Excepcionais

Somos responsáveis por gerar resultados, e não apenas boas ideias. São eles que garantem nossos investimentos, dão retorno aos acionistas, proporcionam nossa remuneração e viabilizam nosso crescimento e continuidade a longo prazo.

Qualidade

Desenvolvemos e implantamos padrões de excelência em tudo o que fazemos, já que tudo o que fazemos pode ser melhorado. Nossos produtos e serviços têm os mais altos níveis de qualidade: isso está em nosso DNA.

Sustentabilidade

Nossos negócios e atitudes são pautados pelos princípios da sustentabilidade. Buscamos, além dos resultados financeiros, o desenvolvimento social e a redução dos impactos ambientais, sempre atuando dentro das melhores práticas de governança corporativa.

Adoramos desafios: não sabendo que é impossível, nós vamos lá e fazemos!

História

O começo - construindo bases sólidas

1912 - Início das operações A.J. Renner, indústria fabril, em Porto Alegre (RS).

1922 - Abertura do primeiro ponto de vendas na cidade.

1940 - O negócio se expande e torna-se uma loja de departamentos *FullLine*.

Década de 60 – Criação da Lojas Renner S.A. em 1965 e abertura de capital dois anos depois. Hoje, são quase 50 anos de listagem como companhia de capital aberto.

Décadas de 70 e 80 – Inovação com o lançamento do Cartão Renner e pioneira na inauguração da primeira unidade em *shopping center* e na automação das lojas.

Encantando cada vez mais brasileiros

1991 – Profissionalização da gestão e redefinição de foco e conceito do negócio: loja especializada em moda.

1994 – Alcance do público na região Sul do País, com a expansão para Santa Catarina e Paraná.

1996 – Criação do “Encantômetro”, instrumento pioneiro no varejo mundial de monitoramento da satisfação do cliente nas lojas.

1997 – Inauguração das primeiras lojas em São Paulo, principal centro econômico do país.

1998 – Aquisição do controle acionário pela J.C. Penney Brazil Inc., subsidiária de uma das maiores redes de lojas de departamento dos Estados Unidos.

1999 – Expansão para o Sudeste e entrada no Centro-Oeste.

2002 – Introdução do Conceito de *Lifestyle* no desenvolvimento de coleções, que passam a ser compostas por marcas próprias alinhadas aos diferentes estilos de vida dos clientes.

2003 – Encerramento da comercialização de bazar e decoração.

2005 – Saída da J.C. Penney e entrada no Novo Mercado como a 1ª Companhia brasileira com 100% das ações negociadas em bolsa, o que a define como uma “*Corporation*”.

2006 – Entrada na região Nordeste e início da oferta de Produtos Financeiros.

2007 – Entrada na região Norte, alcançando todas as regiões do país.

2010 – Lançamento do cartão *co-branded* e introdução do *e-commerce*.

2011 – Aquisição da Camicado, loja especializada em moda para casa e decoração.

2012 – Inauguração do Centro de Distribuição no Rio de Janeiro e início dos projetos de *Supply Chain* e Centro de Serviços Compartilhados, para ganho de eficiência operacional. No ano, é também lançado o Clube de Vantagens Renner.

2013 – Inauguração da Youcom, loja especializada em moda jovem; inclusão de Sustentabilidade nos Valores da Companhia e revisão do Código de Ética e Conduta.



2014

- Com a inauguração da loja em Roraima, a Renner encontra-se presente em todos os estados do Brasil.
- Constituição de uma nova empresa na China - a LRS (Shangai) Trading Co. Ltd.
- Aberta a primeira loja sustentável, no Riomar Shopping Fortaleza, com estrutura que proporciona o uso racional dos recursos naturais.
- Venda de mais de R\$ 1 bilhão somente no mês de dezembro, recorde histórico.
- Inclusão da Companhia à carteira do ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial) da BM&FBOVESPA.

Sobre o Relatório

G4-3 G4-7 G4-17 G4-18 G4-19 G4-20 G4-21 G4-22 G4-23 G4-24 G4-25 G4-26 G4-27 G4-28 G4-31

Esta publicação reporta o perfil, os princípios, a gestão e o desempenho da Lojas Renner S.A. nos principais pilares estratégicos de sustentação da sua operação durante 2014.

Ao longo do conteúdo, as informações consolidadas são acompanhadas dos termos Lojas Renner S.A. e Companhia. Quando são informações específicas de um negócio, são usados os termos Renner (ou lojas da Renner), Camicado e Youcom, e empresa, quando houver referência a uma das três.

Desde 2012, a Companhia, voluntariamente, adotou como base orientadora, as diretrizes GRI – *Global Reporting Initiative*, que oferecem indicadores padrão para apresentar o perfil e desempenho de empresas no mundo todo, permitindo a comparabilidade dessas informações ao longo dos anos e entre diferentes instituições.

Alguns indicadores de desempenho GRI (ambientais, sociais e econômicos), entretanto, não incluem as operações da Camicado e Youcom – somente Renner –, devido às diferenças ainda existentes entre as controladas no que diz respeito ao monitoramento dos indicadores. Esses casos são explicitamente apontados ao longo do conteúdo. Não houve reformulação de indicadores fornecidos em relatórios anteriores e tampouco mudanças significativas no escopo e limite dos aspectos abordados.

Objetividade e Relevância

O conteúdo do relatório leva ao leitor informações de acordo com os aspectos da operação relevantes para a sustentabilidade do negócio, considerando tanto o ponto de vista da Companhia quanto de seus públicos de interesse.

Para conhecer e identificar os aspectos relevantes, em 2014 a Companhia revalidou sua última matriz de materialidade, elaborada em 2013. O processo de revalidação foi conduzido com o objetivo de revisar a relevância dos temas para a sustentabilidade da Lojas Renner S.A.

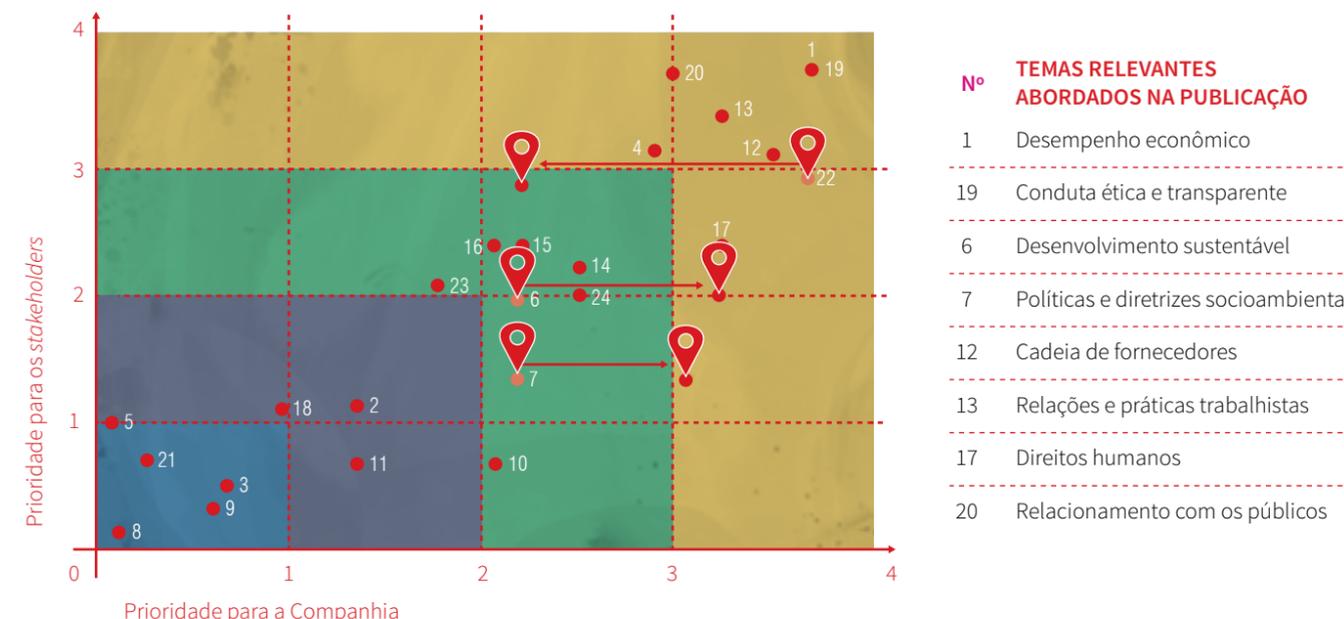
Para isso, foram realizadas entrevistas com os executivos e aplicada pesquisa com um grupo formado por 14 áreas do negócio, responsáveis pelo controle de diversos indicadores de sustentabilidade da Companhia. Para conhecer a matriz de relevância do ano anterior e a lista completa de temas, publicadas no relatório passado, acesse: <http://portal.lojasrenner.com.br/hotsite/rao/port/06.htm>.

Depois de comparados com a matriz do ano anterior, os aspectos que tiveram alteração de nível de relevância, ou seja, diferença na pontuação quantitativa alta o suficiente para serem incluídos em categoria diferente do ano anterior, foram reposicionados, conforme gráfico abaixo, e abordados neste relatório com maior profundidade.

Durante 2015, a Lojas Renner S.A. irá promover um novo estudo da relevância dos aspectos da operação para a sustentabilidade do negócio. Os aspectos identificados como relevantes irão compor a nova matriz, que orientará a estratégia de sustentabilidade de médio prazo da Companhia e o próximo relatório.

Em caso de dúvida, consideração ou demanda por informações adicionais às aqui reportadas, entre em contato com a equipe de sustentabilidade da Companhia:

Gerência de Sustentabilidade
relatorio@lojasrenner.com.br
(051) 2121-7041



Legenda:

- Os tons das áreas da matriz indicam as faixas de relevância
- Altíssima relevância (Amarelo)
- Alta relevância (Verde)
- Baixa relevância (Azul escuro)
- Baixíssima relevância (Azul claro)

As setas indicam temas com relevância definida em relação ao ano anterior

Revalidação da relevância: Posição na última matriz → Posição atual

A partir do resultado da reavaliação, três temas tiveram sua relevância redefinida, como mostra a matriz:

- Item 22 – Plano de sucessão de líderes, que passou de altíssima relevância para alta relevância.
- Item 6 – Desenvolvimento sustentável, que passou de alta relevância para altíssima relevância.
- Item 7 – Políticas e Diretrizes Socioambientais, que passou de alta relevância para altíssima relevância.



Destaques do Ano

G4-13

- Inauguração de 31 lojas da Renner ao longo de 2014, alcançando o marco de estar presente em todos os estados brasileiros e no Distrito Federal.
- Abertura de 13 novas lojas da Camicado e dez da Youcom.
- Início da operação da primeira loja sustentável da Renner, no Riomar Shopping Fortaleza (CE), que consome menos água, conta com materiais reciclados e equipamentos com alta eficiência energética.
- Inserção da Companhia na carteira do ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), da BM&FBOVESPA, referência de empresas com as melhores práticas de sustentabilidade.
- Reconhecimento como a 14ª marca mais valiosa do Brasil e a “marca de varejo de moda mais valiosa do Brasil”, pela Interbrand, consultoria global que cria e gerencia valor de marca.
- Inclusão da Companhia nas publicações “As Melhores Empresas para Começar a Carreira” e “As Melhores Empresas para Você Trabalhar”.
- Segundo lugar no ranking “Valor Carreira” do jornal Valor Econômico.
- Coleta de mais de 22,4 milhões de opiniões nos Encantômetros, com alcance de nível de clientes muito satisfeitos ou satisfeitos de 97%, em 2014.
- Índice de Engajamento Renner medido junto aos colaboradores de 82%, superior ao Índice de Engajamento Médio do Varejo Brasileiro e ao Mundial, ambos de 58%.
- Constituição da LRS (Shanghai) Trading Co. Ltd., na China, para desempenhar as funções de compras, o controle de qualidade e o desenvolvimento de amostras e aproximar as relações da Companhia com seus fornecedores na região.
- Receita líquida total de R\$ 5,2 bilhões no ano: aumento de 19,4% em relação a 2013.
- EBITDA de R\$ 1,1 bilhão em 2014, crescimento de 25,8% se comparado ao ano anterior.
- Evolução de 11,1% nas vendas das mesmas lojas no ano.
- Crescimento do lucro líquido da Companhia em 15,7%, com relação ao ano de 2013.



cap. 1

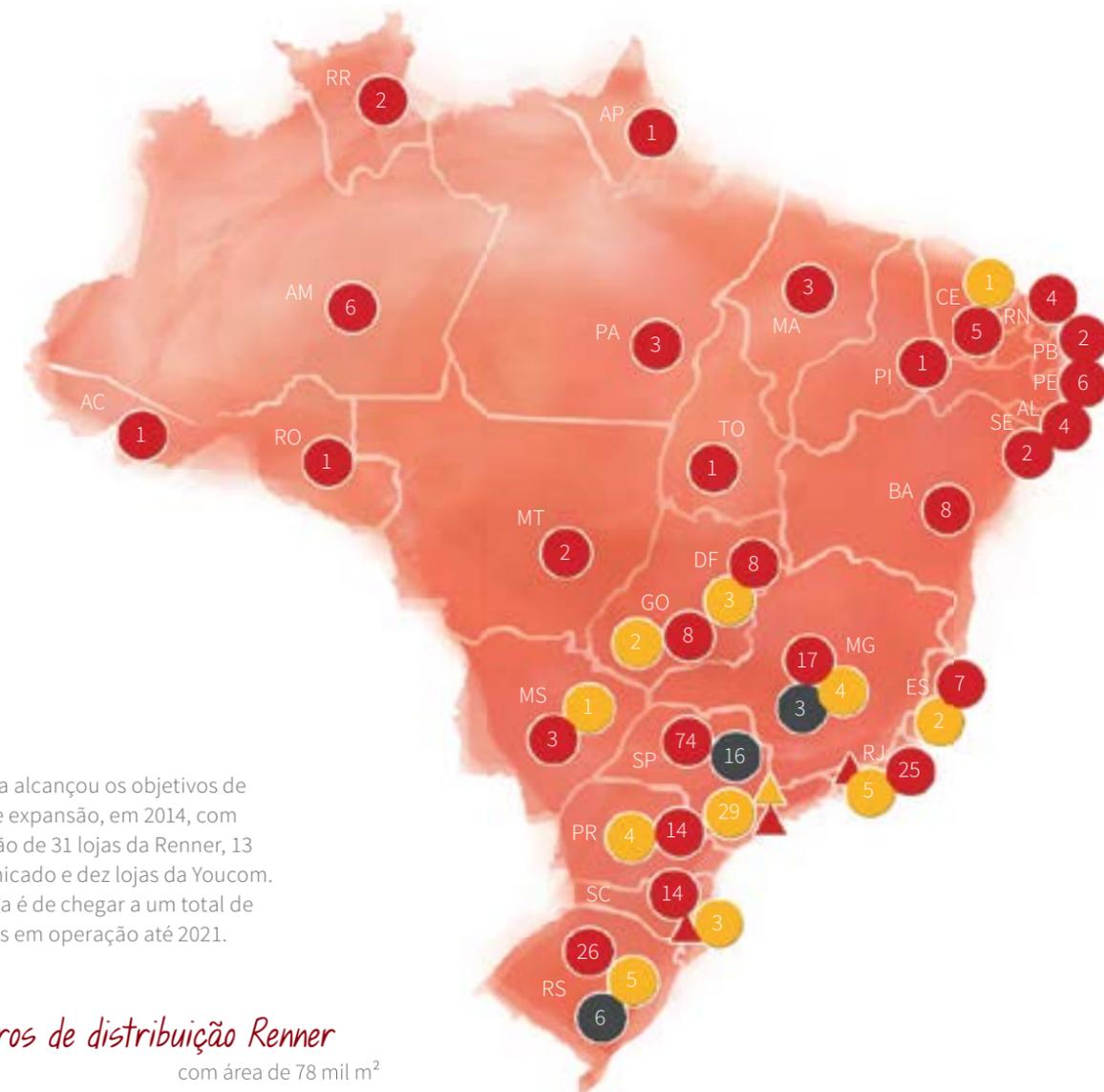
Lojas
Renner S.A.

G4-4 G4-5 G4-6 G4-8 G4-9

Perfil e Estrutura

A Lojas Renner S.A., constituída em 1965 e sediada em Porto Alegre (RS), é a maior varejista de moda no Brasil. Desde 1967, possui capital aberto e suas ações são negociadas na BM&FBOVESPA.

Ao final de 2014, a estrutura da Companhia contava com cinco unidades de negócio, compostas por 332 operações, entre lojas da Renner, da Camicado e da Youcom.



A Companhia alcançou os objetivos de seu plano de expansão, em 2014, com a inauguração de 31 lojas da Renner, 13 lojas da Camicado e dez lojas da Youcom. A perspectiva é de chegar a um total de 833 unidades em operação até 2021.

▲ 3 centros de distribuição Renner
com área de 78 mil m²

▲ 1 centro de distribuição Camicado
com 6 mil m²

332 lojas em todas as regiões do país, com área de vendas consolidada de 486,6 mil m²



Sul	54	12	6
Sudeste	123	40	19
Centro-oeste	21	6	-
Nordeste	35	1	-
Norte	15	-	-
Total de lojas	248	59	25
Área de venda (milhares de m ²)	455,7	27,6	3,3

Unidades de Negócios

Renner

A Renner tem um total de 248 lojas em operação, em todas as regiões do país, com 19 marcas próprias: 16 de vestuário, uma de cosméticos, uma de acessórios e uma de calçados. Além dessas, peças e produtos licenciados também são oferecidos em todas as suas unidades.

Com ambiente agradável, a Renner entende que, muito além de seguir tendências de moda e ter uma campanha publicitária cujo slogan é "Você tem seu estilo, a Renner tem todos", é preciso respeitar a diversidade de ser e de viver de cada um. Com o conceito de *lifestyle*, a empresa lançou cinco estilos diferenciados, desenvolvidos por uma equipe de colaboradores especializada, conhecedora dos detalhes, das necessidades e dos estilos únicos em cada região do país.

Conheça as coleções,
lifestyles e looks
Renner em seu site:
www.lojasrenner.com.br



Vantagens do lifestyle Renner

Para os clientes:

- Facilidade na escolha das peças
- Melhor aproveitamento do tempo de compra
- Loja com produtos para toda a família
- Disponibilidade de calçados e acessórios para complementar cada estilo

Para a Companhia:

- Aumento das oportunidades de vendas cruzadas
- Maior giro de estoques, sem sobreposição de mercadorias
- Menor necessidade de redução de preços
- Oportunidades para aumentos de margens

B
BLUESTEEL



jovem

descolado
atitude
jovem
conectado

MARFINNO



casual

casual
despojado
prático
descontraído

cortelle

neotradicional

sofisticada
moderna
cosmopolita
profissional



PRESTON FIELD

neotradicional

alfaiataria
tradição
clássico
alinhado



just be

fashion

jovem
sensual
fashion
sociável



REQUEST

contemporâneo

antenado
moderno
contemporâneo
urbano



Camicado

A Camicado é a líder no segmento varejista nacional de casa e decoração, sendo a maior rede de lojas especializadas no país. São 59 lojas em operação, a maioria no Sul e Sudeste. Em 2014, foi inaugurada a primeira loja no Nordeste, em Fortaleza.

A aquisição da Camicado pela Companhia, em 2011, promoveu a sinergia entre sua atuação e a experiência da Renner que, até 2003, atuava nos segmentos de cama, mesa e banho, utensílios domésticos e decoração. Assim, foi possível aprimorar o *expertise* e foco da Camicado, à sua especialidade em captar e lançar tendências.

Conheça a oferta
da Camicado e seu
blog no site:
www.camicado.com.br

Youcom

Criada em 2013, a Youcom é uma marca especializada em moda jovem. É moderna, voltada a um público conectado à moda, música, arte e tecnologia. Por isso, está presente ativamente nas redes sociais. Além de seu *site*, possui um *blog* com referências e *lookbooks* com as novidades das coleções.

Atualmente a empresa possui 25 lojas em operação, oferecendo produtos de vestuário de qualidade, com alto apelo de moda, a preços competitivos.

Conheça as coleções
Youcom, seu *blog* e os
lookbooks em:
<http://youcom.com.br/#!>



Produtos Financeiros

A Lojas Renner S.A. atua na oferta de produtos financeiros, intermediadas por instituições financeiras, com o objetivo de apoiar a sustentação do negócio ao ampliar as possibilidades de compra dos consumidores, por meio de melhores condições de pagamento.

Assim, são instrumentos de conveniência financeira e fidelização, alinhados com a proposta de valor da Companhia, que é ser cúmplice da mulher moderna.

No espaço Realize Soluções Financeiras, nas lojas da Renner, estão disponíveis para adesão os seguintes produtos financeiros:

- Cartão Renner – aceitos nas lojas da Renner e da Camicado.
- “Meu Cartão” – em parceria com as bandeiras Mastercard e Visa.
- Crédito pessoal (saque rápido).
- Seguros e Assistências.

Em 2014, o Cartão Renner completou 41 anos de operação e alcançou a marca de mais de 24 milhões de cartões emitidos. No período, as compras com o Cartão Renner representaram 49,7% das vendas totais das lojas da Renner.

O “Meu Cartão”, por sua vez, somou 1,3 milhão de cartões aptos até o final do período e, desde 2013, oferece os mesmos benefícios do Clube de Vantagens Renner, além de poder ser usado em qualquer estabelecimento como um cartão de crédito tradicional.



Os clientes que possuem o Cartão Renner têm acesso ao Clube de Vantagens Renner, programa de fidelização que recompensa progressivamente os clientes com descontos exclusivos nas lojas e nas empresas parceiras.

Conheça as vantagens e benefícios em: www.clubedevantagensrenner.com.br

Conheça as possibilidades oferecidas pelos produtos financeiros em: www.realizesolucoesfinanceiras.com.br/

E-Commerce

A Renner chegou ao varejo eletrônico em outubro de 2010, levando estilo ao Brasil inteiro. Atendendo Renner e Camicado, o e-commerce conta com colaboradores distribuídos entre Porto Alegre, São Paulo e Rio de Janeiro, com a missão de “levar moda a todos os lugares, proporcionando a mais encantadora experiência de compra *online*”.

O E-Commerce traz uma série de benefícios ao consumidor: facilidade, comodidade e informação, e ainda, é uma grande vitrine dos produtos, aumentando o reconhecimento da marca e fazendo crescer a venda em lojas físicas.

A loja virtual da Renner possui o mesmo *mix* produtos oferecidos nas lojas físicas além de produtos exclusivos somente para o e-commerce. Além disso, traz conteúdo de moda, vídeos e dicas de *looks*, oferece integração às redes sociais, serviços *online*, entrega em todo o país e possibilidade de troca.

Já a loja virtual da Camicado atende todos os clientes do Estado de São Paulo e, nos estados de Goiás, Distrito Federal, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina, nas cidades onde possui loja física.

Está previsto, em 2015, o lançamento da loja virtual da Youcom.

Conheça a plataforma e-commerce da Renner em www.lojasrenner.com.br e da Camicado em www.camicado.com.br

cap. 2

Condução do Negócio

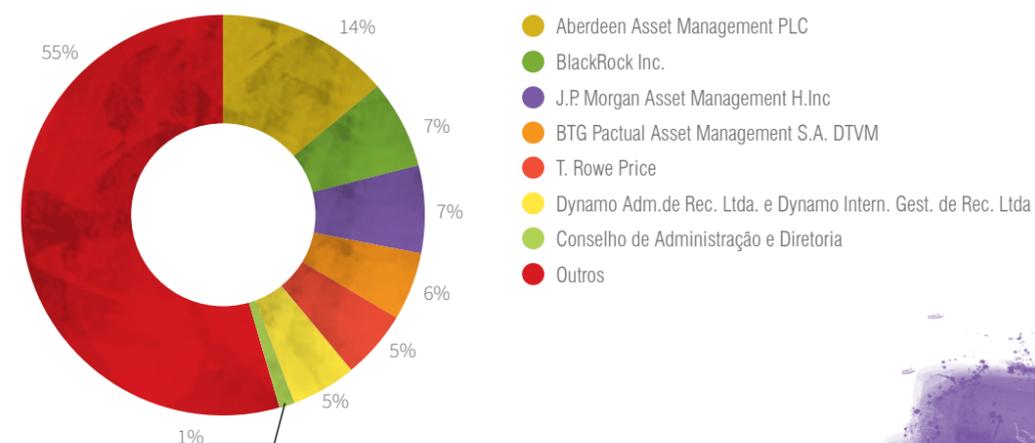


Governança Corporativa

A Lojas Renner S.A. tem um compromisso de longa data com as melhores práticas e princípios de governança corporativa, que prezam pela ética e transparência e pela acessibilidade e equidade de acesso à informação por todos os seus acionistas, conforme princípios do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

O capital social da Companhia é composto por 127.394.565 ações ordinárias, negociadas no Novo Mercado da BM&FBOVESPA sob o código LREN3. Ao final de 2014, cada ação era cotada a R\$ 76,47, o que totaliza um valor de mercado da Companhia de R\$ 9,7 bilhões.

Composição acionária ao final de 2014



A Lojas Renner S.A. tem capital aberto há 47 anos, 100% das ações negociadas na BM&FBOVESPA há nove anos e segue evoluindo, cada vez mais, nas suas práticas de Governança.

Princípios e boas práticas de governança

G4-56

Referência em governança corporativa, a Lojas Renner S.A. adota as melhores práticas do mercado brasileiro de capitais com o objetivo de garantir a sustentação e perenidade da Companhia, gerando valor de maneira contínua, ao longo do tempo, aos seus acionistas.

Principais práticas adotadas

- Primeira companhia brasileira com *free float* de 100%, em ações ordinárias. Esse tipo de ação concede direito de voto aos acionistas, dando à eles o poder de participação e liquidez da ação, ou seja, facilidade de negociá-la no mercado.
- Ações listadas no Novo Mercado da BM&FBOVESPA, segmento destinado a empresas que adotam melhores práticas de governança corporativa (mais detalhes sobre os diferentes segmentos em: <http://goo.gl/GKOfk9>).
- Conselho de Administração com seis membros independentes (75%).
- Executivos diferentes ocupando a posição da Presidência do Conselho e da Diretoria.
- Existência de Conselho Fiscal Permanente, que fiscaliza continuamente os atos dos administradores, analisa as demonstrações financeiras e presta conta aos acionistas.
- Manual para participação em Assembleia, informando os acionistas de maneira completa e transparente para sua tomada de decisão.
- Plano de opções de compra de ações aos executivos da Companhia, mantendo seus interesses alinhados aos dos acionistas.
- Mecanismo de proteção aos acionistas em caso de *takeover*, com *tag along* de 100%.
- Existência do portal do Conselho de Administração, que centraliza informações sobre as reuniões, promovendo melhor preparo e integração dos Conselheiros; e do secretário do Conselho, facilitador das reuniões do Órgão.
- Comitê de Sustentabilidade composto por dois conselheiros e um diretor.
- Adoção de mecanismo de arbitragem, que oferece mais segurança aos acionistas ao determinar a resolução de possíveis conflitos societários nas Câmaras de Arbitragem, órgãos independentes que dão mais agilidade e isenção de interesses na resolução de conflitos.
- Avaliação formal do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva.
- Política Anticorrupção.
- Regimentos internos próprios para o Conselho de Administração, Conselho Fiscal e Comitês, estabelecendo responsabilidades bem definidas.

As políticas e relacionamento com o mercado de capitais da Companhia podem ser conhecidas na seção Governança Corporativa, em Estatutos e Políticas, no website de RI – www.lojasrenner.com.br/ri

Estrutura em 2014

Os investidores contam com um canal de diálogo com a Companhia por meio da área de Relações com Investidores (RI), equipe disponível e preparada para responder com agilidade e equidade, e do site da Companhia, em que são divulgadas informações ao mercado e disponibilizados outros meios de acesso à área de RI.

Além disso, ao longo do ano são realizadas apresentações ao mercado - como as teleconferências trimestrais de resultados, os roadshows, a reunião pública em parceria com a Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec) e o Renner Day, encontro entre analistas de mercado, investidores e a equipe de RI e Diretoria da Lojas Renner S.A.

Para outras informações sobre a área, acesse www.lojasrenner.com.br/ri, entre em contato pelos telefones (51) 2121-7044 / (51) 2121-7045 ou pelo e-mail ri_lojasrenner@lojasrenner.com.br.

Estrutura de governança

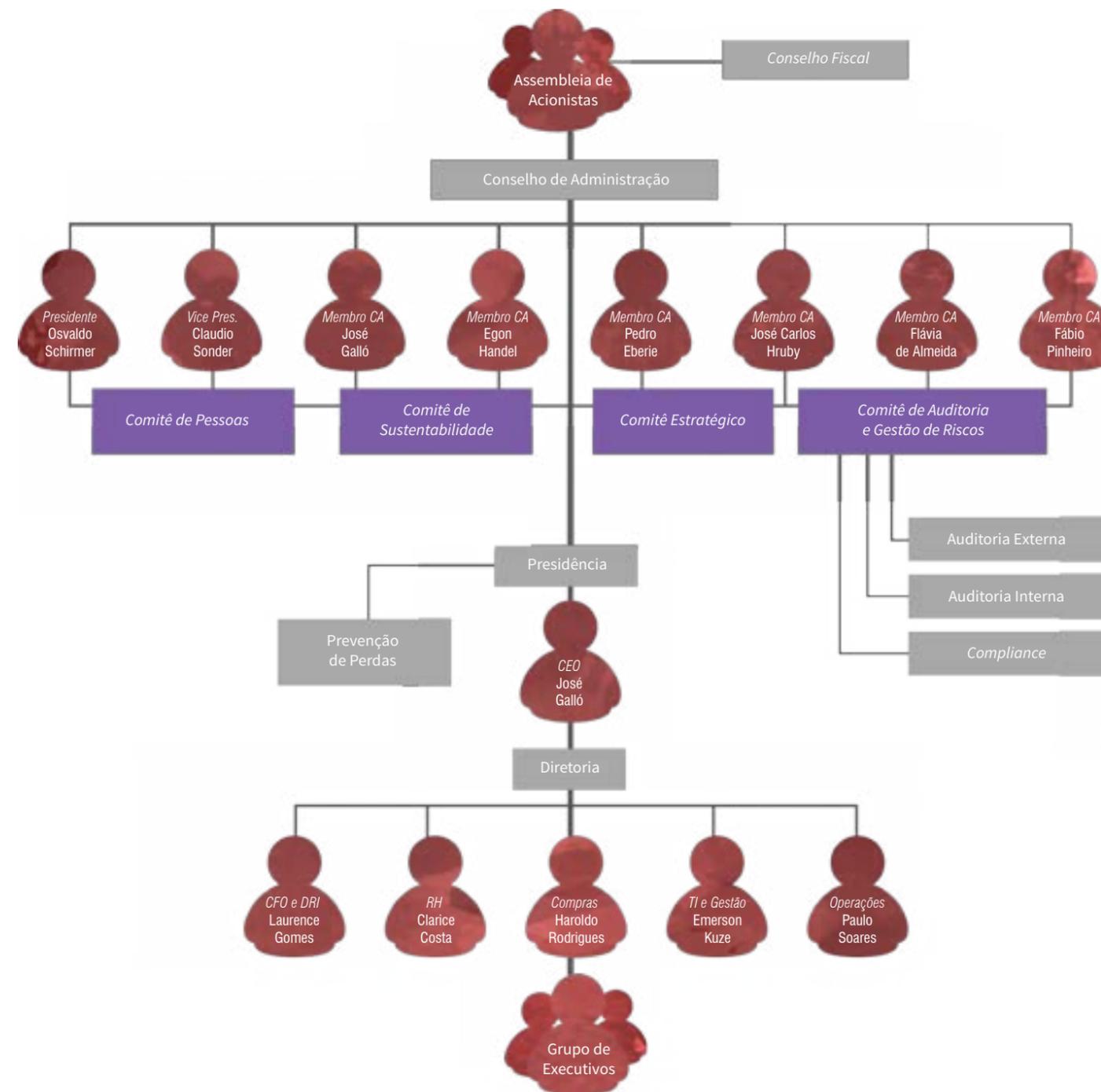
G4-34

No modelo corporativo adotado desde 2005, as diretrizes estratégicas são estabelecidas pelas Diretorias e aprovadas pelo Conselho de Administração, que conta com o apoio de quatro comitês: Pessoas, Sustentabilidade, Auditoria e Gestão de Riscos e Estratégico.

As atividades operacionais, por sua vez, são conduzidas pela Diretoria Executiva, seguindo as orientações estabelecidas pelo Conselho de Administração e tendo o suporte de alguns comitês de gestão para a tomada de decisões:

Prevenção de Perdas, Real Estate, Ética Empresarial e Executivo.

A seguir, é apresentada a estrutura de governança da Lojas Renner S.A. Informações atualizadas sobre as responsabilidades de cada um dos cargos, bem como o perfil dos membros que os ocupam, podem ser conhecidos na seção Governança Corporativa, subseção Administração, no website de RI - www.lojasrenner.com.br/ri - e no item 12.6 do formulário de referência do ano, disponível em <http://goo.gl/4FvWd4>.



Conheça a política de remuneração, acessando o item 13 do Formulário de Referência, disponível em: <http://goo.gl/4FvWd4>



Ética na condução dos negócios

G4-56 G4-HR2 G4-HR7 G4-SO4

Essencial para a sustentabilidade do negócio, a Ética faz parte da Governança e da conduta de todos que integram a Companhia. Por meio da formalização de seu Código de Ética e Conduta, criado em 2009 e revisado em 2013, a Lojas Renner S.A. orienta a condução, a postura e os princípios a serem considerados no relacionamento com colaboradores, fornecedores e prestadores de serviços, clientes, governo, acionistas e comunidade.

Conheça o código de Ética e Conduta da Companhia, em <http://goo.gl/vYvyku> e saiba mais sobre os princípios que regem as operações e os relacionamentos da Lojas Renner S.A.

Para que o Código seja conhecido por todos e, assim, seus princípios aplicados na prática das operações, a Renner promove sua divulgação contínua, em ações como:

- Distribuição do Código atualizado e impresso para as lideranças.
- Apresentação do Código no Programa Boas-Vindas, aos novos colaboradores.
- Disponibilização do Código e de curso virtual na intranet.
- Treinamentos sobre ética oferecidos aos *trainees* da Companhia.

Em 2014, 5.726 colaboradores da Renner fizeram o curso virtual sobre o Código de Ética e Conduta da Companhia, que inclui temas como Diversidade, Corrupção e Direitos Humanos, totalizando 2.863 horas de treinamento. Até o momento, 34,55% dos colaboradores da Renner passaram, em 2014, pelo curso virtual, incluindo-se a totalidade do pessoal de segurança patrimonial da Companhia.

Além disso, nesse ano, foi instituída a Política Anticorrupção da Lojas Renner S.A. - disponível na Intranet -, que objetiva explicitar a conduta adotada nos negócios, esclarecer os requisitos gerais da Lei Anticorrupção (Lei 12.846/13) e orientar os colaboradores, parceiros e terceiros sobre a aplicação dos princípios anticorrupção em todas as áreas de atuação da Companhia.

O tema teve os seguintes encaminhamentos na empresa:

- Aprovação da Política Anticorrupção pelo Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos.
- Divulgação da Lei para todos os colaboradores na Revista Planeta Renner, em maio de 2014.

- Adaptação de cláusula contratual e o Termo de Compromisso (enviado a fornecedores e prestadores de serviços).
- Realização de capacitações específicas para 158 colaboradores das principais áreas expostas aos riscos de corrupção.
- Criação de Canal de Denúncias (0800) com opção específica para denúncias de corrupção.
- Envio do novo Termo de Compromisso aos Contratados das áreas de maior risco, tendo em vista a interface dessas com órgãos públicos.



Desempenho da administração

A avaliação do desempenho da administração é um processo conduzido pela Lojas Renner S.A. desde 2009, anualmente, com o objetivo de monitorar sua capacidade de compreender, discutir e responder com eficácia aos desafios da gestão e, assim, garantir o bom desempenho dos órgãos.

A avaliação dos membros do Conselho de Administração e dos Comitês consideram três aspectos: o desempenho do órgão como um todo; a autoavaliação de cada integrante; e a avaliação do presidente pelos conselheiros, incluindo aspectos referentes ao desempenho econômico da organização.

Em relação à avaliação da Diretoria Executiva, o Diretor-Presidente é avaliado pelo Comitê de Pessoas e pelo presidente do Conselho de Administração. Os demais executivos que compõem a Diretoria, por sua vez, são avaliados pelo Diretor-Presidente. Esse processo é acompanhado pelo Comitê de Avaliação e Calibragem da Diretoria, formado pelos integrantes do Comitê de Pessoas e pelo presidente do Conselho de Administração.

O resultado da avaliação fundamenta a definição de planos de aperfeiçoamento para os executivos.

Remuneração da administração

A Lojas Renner S.A. define a política de remuneração da administração tendo como fio condutor a adoção de práticas que estimulem a recompensa de um desempenho sustentado, gerador de valor a longo prazo, voltado à perenidade do negócio.

A definição da remuneração dos administradores tem como premissas principais:

- Missão, Visão e Valores da Companhia.
- Interesses dos acionistas na criação de valor sustentável e de longo prazo.
- Metas e estratégias de negócios.
- Melhores práticas de mercado.

Em Assembleia Geral, os acionistas estipulam o valor máximo destinado à remuneração total anual dos administradores. A distribuição desse montante entre os Conselheiros e Diretores é definida pelo Conselho de Administração, com a consideração do Comitê de Pessoas.

Em 2014, a remuneração fixa e os benefícios da Diretoria previstos e aprovados em Assembleia somaram R\$ 8,0 milhões (25,6% do total de R\$ 31,4 milhões), a do Conselho de Administração R\$ 1,9 milhão (73,8% do total de R\$ 2,6 milhões) e a do Conselho Fiscal R\$ 409,8 mil (100% do total).

Canais para denúncias, dúvidas e sugestões sobre o Código de Ética e Conduta

G4-57 G4-58 G4-HR3 G4-HR12

A Lojas Renner S.A. disponibiliza canais específicos para denúncias relacionadas a não conformidades éticas, legais, contábeis e não contábeis. Qualquer pessoa pode fazer uma denúncia anônima por telefone, correspondência ou e-mail com garantia de confidencialidade.



Lojas Renner S.A.

Avenida Joaquim Porto Villanova, 401
CEP: 91410-400 – Jardim Carvalho
Porto Alegre (RS) – Brasil

Para assuntos não contábeis, enviar aos cuidados do gerente de Prevenção de Perdas. Assuntos contábeis, enviar aos cuidados do gerente de Auditoria.



denuncia@lojasrenner.com.br

denuncia@camicado.com.br



Assuntos não contábeis:

0800 702 0130 (Renner e Youcom) | 0800 077 0077 (Camicado)

Assuntos contábeis:

0800 702 0740 | Atendimento feito eletronicamente ou pelo gerente de Auditoria

Em 2014, a Lojas Renner S.A. recebeu de seus colaboradores nove casos de queixas de discriminação no ambiente de trabalho. Desses, cinco não foram considerados procedentes, dois tiveram encaminhamento para solução, um resultou em desligamento de colaborador e um ainda está em andamento.

Para acompanhar esses casos e obter maior controle, a Companhia criou, em agosto de 2014, um catálogo de ocorrências, por meio do qual passou a monitorar o volume de queixas e seus encaminhamentos.

Ética em toda a cadeia produtiva

G4-15 G4-16 G4-LA16 G4-HR12

Para garantir a coerência do discurso institucional em toda a cadeia produtiva, a postura ética também é exigida nos contratos com fornecedores e prestadores de serviços. Nos critérios de seleção de fornecedores, Lojas Renner S.A. não admite o relacionamento com empresas que utilizem trabalho infantil, forçado, análogo ao escravo, que não respeitem as leis trabalhistas do país e que promovam ou aceitem qualquer tipo de discriminação ou assédio.

Em 2014, foi identificado pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), em conjunto com o Ministério Público do Trabalho, um caso de irregularidade apurado na Oficina de Costura Letícia Paniágua Verdugues, contratada por dois fornecedores diretos da Lojas Renner S.A. – as indústrias têxteis nacionais Kabriolli e Betilha, que foram notificadas pela Companhia para regularização imediata da situação sob pena de quebra de contrato. A Companhia se colocou ao lado do MTE para garantir o cumprimento das leis trabalhistas.

Vale ressaltar que esse caso isolado foge das práticas exigidas pela Lojas Renner S.A., que fiscaliza toda sua cadeia produtiva de fornecedores de revenda de confecções por meio da certificação da ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil), de auditorias realizadas por empresa terceirizada e, também, por visitas técnicas da equipe interna.

Além disso, desde 2013, a Lojas Renner S.A. é signatária do Pacto Global – que objetiva mobilizar a comunidade empresarial para a adoção de boas práticas nos negócios relacionados a temas como Direitos Humanos, Relações de Trabalho e Combate à Corrupção – e do Pacto pela Erradicação do Trabalho Escravo, cujos signatários buscam incrementar esforços visando dignificar e modernizar as relações de trabalho nas cadeias produtivas com potencial de risco.

Saiba mais sobre a gestão de fornecedores, as exigências e os compromissos da Companhia em relação à sua cadeia de fornecimento no capítulo “Relacionamento na Cadeia de Fornecedores”.

Proposta de valor e estratégia

G4-2

A proposta de valor da Renner é “Ser a loja cúmplice da mulher moderna, com moda em diversos estilos, com qualidade, a preços competitivos, em ambientes práticos e agradáveis.”

Sua estratégia de atuação, para concretizar essa proposta de valor, passa por valorizar e fortalecer as vantagens competitivas do negócio para se antecipar às demandas de seu público, promovendo seu encantamento.

Para que isso seja possível, é fundamental dar foco e atenção a importantes pilares de gestão do negócio, apresentados a seguir, para garantir a perenidade da Companhia, sua proteção de possíveis riscos e a identificação de oportunidades para geração de valor para seus públicos.



Imagem de Campanha Institucional - modelo profissional.

Vantagens competitivas da Renner

Coleções completas de vestuário a preços competitivos: sugestões de *looks* completos com roupas, acessórios e calçados, frequentemente renovados nas lojas para a Renner ser percebida como opção diferenciada no varejo brasileiro.

Experiência de compra agradável e conveniente: produtos organizados nas lojas de acordo com cada *lifestyle* para tornar a compra mais agradável e apoiar o cliente na composição de combinações coerentes com seu estilo.

Foco dedicado ao atendimento ao cliente: mais que satisfazer os clientes, o trabalho da Renner tem sempre o objetivo de oferecer uma experiência de compra capaz de surpreendê-los e encantá-los.

Cultura corporativa sólida: princípios e valores são considerados em todos os documentos de comunicação.

Opções atrativas de crédito: além das tradicionais formas de pagamento, como dinheiro, cheque e cartões de crédito e débito, os clientes têm condições especiais em compras com o Cartão Renner ou o Meu Cartão (cartão de crédito *co-branded* em parceria com as bandeiras Visa e Mastercard).

Gestão para a sustentabilidade

A Lojas Renner S.A. entende a gestão da sustentabilidade como fator decisivo na sua capacidade de crescimento e expansão de atuação. Por isso, lançou em 2013 sua Política de Sustentabilidade, que estabelece princípios e diretrizes para promover o desenvolvimento sustentado do negócio.

Essas diretrizes são fundamentais para que a atuação da Companhia no presente tenha seus impactos minimizados, assim como para que a Lojas Renner S.A. continue contando com a disponibilidade de recursos naturais e humanos necessários à sua operação.

Para a excelência na gestão dos negócios, a Lojas Renner S.A. apresenta SUSTENTABILIDADE como um valor corporativo, tem uma Política de Sustentabilidade e apresenta o tema dentro de seu Código de Ética e Conduta.

Conheça a Política de Sustentabilidade, em <http://goo.gl/3654Xr> e saiba mais sobre a importância de cada aspecto socioambiental e os princípios que orientam a atuação da Companhia para um desempenho sustentável.

O Comitê de Sustentabilidade, órgão multidisciplinar ligado diretamente à alta administração da Companhia, acompanha e orienta a gestão de seus objetivos para a sustentabilidade e, em uma agenda trimestral de encontros, leva ao Conselho de Administração as demandas e proposições estratégicas sobre o tema.

Em 2014, a Companhia passou a integrar o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da BM&FBOVESPA, que é o quarto índice de ações no mundo criado com o objetivo de mostrar o desempenho de mercado de uma carteira formada por empresas que adotam os princípios de gestão sustentável. A atual carteira do ISE reúne 51 ações de 40 empresas, de 19 setores, selecionadas por seu compromisso com o desenvolvimento sustentável entre as emissoras das 200 ações mais líquidas da BM&FBOVESPA.

Conheça a gestão, as iniciativas e o desempenho da Lojas Renner S.A. nas diretrizes de sustentabilidade nos capítulos “DNA de encantamento”, “Relacionamento na Cadeia de Fornecedores” e “Gestão Ambiental”.

Diretrizes da Política de Sustentabilidade



Expansão da presença nacional

Para continuar crescendo em rentabilidade e volume de vendas, a Lojas Renner S.A. tem um plano de expansão desenvolvido a partir de pesquisas de mercado, para aumentar o número de lojas e consolidar sua presença nos locais em que já opera ou em mercados nos quais está iniciando novas operações.

Para a aprovação de cada loja, é realizado um estudo de viabilidade específico, que contempla análise do potencial de mercado na área de influência e estimativas de receita e das principais despesas. Esse estudo é apresentado ao Conselho de Administração, que aprova cada projeto.

Em 2014, foram inauguradas 54 lojas – entre Renner, Camicado e Youcom -, quatro a mais que no ano anterior, determinando a aceleração do ritmo de expansão para alcançar seu objetivo de chegar a um total de 833 lojas em 2021, meta de crescimento de cerca de 150% em relação à atual base de 332 lojas.

Pontos fortes e oportunidades do negócio

Lifestyles - O amplo conhecimento de seu público consumidor é fator fundamental para o acerto das coleções e o encantamento dos clientes da Renner. A experiência da empresa se mostra um grande diferencial no desenvolvimento de coleções específicas e na tradução de tendências para cada região do Brasil.

Lojas especializadas - As lojas especializadas – Youcom e Camicado – ampliam a penetração de mercado da Companhia.

A Camicado, localizada em alguns dos mesmos shoppings que contam com lojas da Renner, atende os mesmos clientes, oferecendo produtos de moda casa. A aquisição da Camicado foi baseada no potencial de ter uma marca líder no seu segmento de atuação, por meio da criação de uma rede nacional, atendendo a classe média brasileira.

Os aumentos de rentabilidade vêm sendo capturados por meio de um novo sortimento de produtos, com maiores níveis de importação e com a soma de outros itens de decoração e moda ao mix inicialmente ofertado.

Em 2014, a Camicado atingiu receita líquida de R\$ 233,4 milhões, 21,1% maior que no ano de 2013.

A margem bruta, por sua vez, foi de 45,6%, 2,8 p.p. acima da margem apresentada em 2013 que foi de 42,7%. O EBITDA já passou a contribuir positivamente com os resultados consolidados.

A Youcom, que completou em 2014 seu primeiro ano de operação – após período de testes em 2013 com quatro lojas-piloto usando a marca Blue Steel – já conta com 25 lojas, com área média de vendas de 120 m². Com potencial para, pelo menos, 300 lojas no país, a Youcom pode ainda ter uma operação de vendas por atacado por meio do varejo de multimarcas e, eventualmente, também operar por franquias. É um modelo de negócio com alta capilaridade e que apresenta potencial elevado para mercados menores.

Em 2014, a Youcom atingiu receita líquida de R\$ 19,1 milhões e a margem bruta foi de 53,5%.

E-commerce - Os investimentos na expansão do acesso e nos resultados do e-commerce são estratégicos para o crescimento da Companhia. O e-commerce leva seus produtos a clientes de todas as regiões do país, inclusive em locais onde a Renner e a Camicado ainda não operam, e amplia a facilidade da compra, tendendo a aumentar a frequência de relacionamento com o cliente.

As operações do e-commerce da Renner vêm acompanhando o rápido crescimento desse segmento no Brasil. Nos últimos anos, a Companhia tem investido constantemente nesse canal e, em outubro de 2014, lançou o novo *front-end*, com maior navegabilidade e visual mais agradável. No futuro, a Companhia prevê oportunidades para desenvolver ainda mais esse negócio por meio da exploração das vendas eletrônicas da Camicado e Youcom, seguindo a tendência crescente dos segmentos de vestuário e móveis, que em 2011 representavam cerca de 3% das vendas totais das categorias e em 2014 já ultrapassam 6%.

Produtos financeiros - Além da receita adicional gerada pelos outros produtos financeiros, o Cartão Renner, que pode ser usado nas lojas da Renner e Camicado, e os cartões *co-branded*, têm relevância estratégica por estreitarem o relacionamento com os clientes e promoverem a lembrança da marca.

Eficiência e agilidade na operação

Para dar suporte ao plano de expansão dos negócios e garantir a manutenção e o aprimoramento da qualidade da operação, a Lojas Renner tem trabalhado em três frentes: eficiência logística, melhoria dos processos administrativos e da gestão da continuidade do negócio. Assim, busca mais velocidade e melhor gestão do inventário e maior acerto na alocação dos produtos em lojas, consideradas as diferentes características das regiões do país.

Logística

Os focos do trabalho para aumento da eficiência logística são a ampliação dos Centros de Distribuição (CDs) e a implantação de novos processos para garantir a aplicação da metodologia de reabastecimento *push-pull*.

Um novo Centro de Distribuição em São José (SC), com 50 mil m² de área, será inaugurado em 2015.

Em 2012, foi inaugurado um Centro de Distribuição no Rio de Janeiro e está previsto, para julho de 2015, a inauguração de um novo centro, em Santa Catarina. Com essas duas novas unidades, a Renner passará a ter cerca de 100 mil metros quadrados de área total construída, em Centros de Distribuição automatizados.

Em 2016, o novo modelo logístico será implantado em dois Centros de Distribuição da Lojas Renner S.A. A partir desta data, será possível começar a migração do modelo atual (100% “empurrado” para as lojas) para o novo modelo *push-pull*, que se baseia no equilíbrio entre os itens que são enviados e os solicitados pelas lojas, atendendo às flutuações de demanda, com menores necessidades de remarcações de preços.

O maior acerto na distribuição dos itens enviados a cada loja deverá permitir a redução dos casos de falta ou de excesso de produtos e as transferências de produtos entre lojas, obtendo ganhos com vendas e redução de *makdown*.



Em paralelo ao novo modelo logístico, a Lojas Renner S.A. desenvolveu o Projeto Reatividade da Cadeia de Fornecimento, que possibilitará o ganho de velocidade no processo de captura de tendências e o desenvolvimento de produtos. Para esse projeto, todo o processo interno e de produção foram mapeados e revisados, a fim de reduzirem-se os prazos entre o desenho das coleções, a produção das peças e o seu envio às lojas, o que gerará maiores índices de acerto nos produtos ofertados diretamente aos clientes.

Melhoria dos processos administrativos

O Centro de Serviços Compartilhados (CSC), criado em 2012, trabalha na centralização e padronização de todos os processos administrativos e de *backoffice* das lojas da Companhia, dos Centros de Distribuição e das áreas corporativas, com o objetivo de gerar ganho de economia, redução de despesas, melhores controles internos e aumento da produtividade e eficiência.

Além disso, com o CSC, as lojas passam a ter menos processos administrativos, podendo trabalhar melhor a estratégia do negócio, com foco em sua atividade-fim.

Objetivos e vantagens do CSC

- Desonerar a loja de atividades que não sejam vender e “Encantar Clientes”.
- Desatrelar o crescimento orgânico da necessidade de aumento de pessoal administrativo.
- Acelerar o processo de integração de novas aquisições.
- Aumentar a qualidade no atendimento e na prestação de serviços.
- Permitir que as áreas administrativas possam focar na estratégia e na tática.
- Reduzir custos como consequência da padronização e melhoria de processos.



Gestão da continuidade do negócio

Com o objetivo de garantir a disponibilidade dos processos operacionais e a continuidade do negócio da Renner em situações de emergência – como insuficiência energética, intempéries climáticas ou mesmo desastres de maiores proporções – a empresa possui um programa voltado à Gestão da Continuidade do Negócio (GCN).

Estrutura do Programa GCN

Como parte do desenvolvimento do programa, a Renner realizou uma Análise de Impacto de Negócio (BIA – *Business Impact Analysis*), com o objetivo de identificar os potenciais impactos operacionais, financeiros, de imagem e legais aos quais os processos de negócio estão sujeitos no caso de eventual interrupção.

O BIA também sustentou a definição dos requisitos para continuidade dos serviços do negócio e orientou a tomada de decisão a respeito das prioridades de recuperação. No segundo semestre de 2014, o BIA foi atualizado, refletindo as mudanças estruturais, processuais e sistêmicas da Renner, com um escopo corporativo abrangendo 60 áreas do negócio.



A GCN também conta com Planos de Continuidade do Negócio (PCNs), que preveem estratégias de contingência para situações que impossibilitem, desde o acesso físico dos colaboradores aos escritórios da Renner, até situações de rupturas em ativos críticos de tecnologia. Um exemplo disso é a realização periódica de simulados por colaboradores-chave, desde 2013, por meio do cumprimento de suas atividades via acesso remoto, simulando, dessa forma, a eventual impossibilidade de acesso aos escritórios da empresa.

Nos processos de tecnologia da informação, a Renner possui um Plano de Recuperação de Desastre (DRP – *Disaster Recovery Plan*), validado e executado periodicamente com o objetivo de garantir a continuidade das operações da infraestrutura básica de tecnologia, sistemas de vendas em loja (automação comercial e TEF - Transferência Eletrônica de Fundos) e de produtos financeiros (Realize).

Esse plano descreve os procedimentos para a recuperação do ambiente tecnológico na possibilidade da ocorrência de um incidente de grandes proporções. Nos meses de outubro e de novembro de 2014, seguindo o calendário previsto, foram realizados os testes do DRP, fazendo com que as operações das lojas da Renner utilizassem a estrutura de contingência (*Data Center Secundário*) sem impactos à operação.

Reconhecimento e valorização de ativos intangíveis

A Lojas Renner S.A. reconhece e valoriza ativos intangíveis, com valor estratégico relevante ao bom desempenho e crescimento do negócio, herdados de seu fundador e fortalecidos ao longo de sua existência, essenciais à prática cotidiana dos Valores e da Filosofia do Encantamento da Companhia.

Valor da marca: a marca da Renner traduz o conceito de encantamento da Companhia, que é reconhecida por ser cúmplice da mulher moderna, antenada às tendências de moda e transparente no relacionamento com todos os seus públicos.

Em 2014, a Renner foi reconhecida como a 14ª marca mais valiosa do Brasil, a marca de varejo de moda mais valiosa do Brasil e a 9ª mais valiosa do varejo na América Latina no *ranking Best Retail Brands*, da consultoria Interbrand, com valor estimado em US\$ 357 milhões.

Reputação: a reputação da Lojas Renner S.A. é construída pela maneira como os diversos públicos a enxergam e avaliam sua forma de atuação. Ao lon-

go de sua história, a Companhia tem encantado seus públicos, aliando consistência de valores, princípios e qualidade. Ao receber *feedbacks* sobre suas operações por canais como Reclame Aqui e pelas redes sociais, a Companhia se conecta com seus públicos na resolução de problemas e melhoria de processos internos.

Com histórico consistente de bons resultados aos acionistas e pelos princípios de gestão responsável, a Companhia tem sido percebida como uma organização com capacidade de inovação e comprometida com a qualidade de seus produtos. A Lojas Renner S.A. também é reconhecida pelo investimento em projetos nas comunidades onde atua, por meio do Instituto Lojas Renner.

Propriedade intelectual: a estratégia da Lojas Renner S.A. é colocar as pessoas certas nos lugares certos, apaixonadas pelo que fazem e reconhecendo o seu desempenho diferenciado. Considerando sempre os princípios e valores da Companhia, e investindo em capacitações técnicas e gerenciais, a Lojas Renner S.A. busca, desde a seleção de novos talentos para seu quadro de profissionais, oferecer a todos oportunidades iguais de crescimento e desenvolvimento. Recompensa seus colaboradores de acordo com seus esforços e resultados alcançados.

Tecnologia e inovação: os investimentos da Lojas Renner S.A. em melhorias e aperfeiçoamento de seus diversos sistemas e equipamentos tecnológicos são contínuos. Dessa forma, a Companhia fortalece o crescimento sustentável de seus negócios, assegurando uma base de dados sólida e confiável para dar suporte às operações nas lojas, ao acompanhamento do desempenho comercial e financeiro da empresa, às áreas de logística, comunicação e de controle de estoque.



Gestão de riscos

G4-2

A Lojas Renner S.A. promove a gestão de riscos dos negócios por meio da identificação contínua de fatores que possam impactar a sustentabilidade da operação, e pela definição de planos que mitiguem a ocorrência destes e os impactos que possam ocasionar.

Para isso, adota as melhores práticas nacionais e internacionais de Gestão de Riscos e conta com uma estrutura multidisciplinar que inclui as áreas de Auditoria Interna, de Auditoria Externa e de *Compliance*, que auxiliam na avaliação e melhoria da eficácia dos processos junto ao Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos – este ligado ao Conselho de Administração.

Adicionalmente, a Companhia dispõe de uma equipe formada por representantes de diversas áreas para a gestão de situações de crise, que são solucionadas com base no Manual de Gestão de Crise. Cabe a esse grupo, também, identificar a necessidade de acionar o Plano de Contingência no âmbito do Plano de Continuidade de Negócios, quando necessário.

Conheça as políticas divulgadas publicamente no *website* de relações com investidores: <http://goo.gl/ALmw4t> e a descrição das políticas internas na seção “Modelo de Negócio”, em “Gestão de Riscos” (“Políticas e diretrizes”) no Relatório Anual 2013: <http://goo.gl/EIU4xc>

As políticas e diretrizes da Companhia garantem uma cultura de transparência e de ética que são referências para a gestão do negócio, consequentemente, compondo importantes meios de gestão de riscos e promoção da sustentabilidade. Além do Código de Ética e Conduta e da Política de Sustentabilidade, a Lojas Renner S.A. conta ainda com diversas políticas internas voltadas à boa condução do negócio e transparência ao mercado de capitais:

- Política de Gestão Financeira.
- Política de Disclosure.
- Política de Divulgação de Fato Relevante.
- Política de Segurança da Informação.
- Política de Relacionamento com Fornecedores de Revenda.
- Política de Relacionamento com Fornecedores Administrativos.
- Política de Auditoria.
- Política Anticorrupção.

A seguir, são apresentados os principais riscos identificados, monitorados e mitigados e as iniciativas para sua gestão. Todos os potenciais fatores de risco conhecidos pela Companhia são apresentados e comentados em detalhe no Formulário de Referência da Lojas Renner S.A., nas seções 4 e 5 do arquivo disponível em: <http://goo.gl/4FvWd4>.

Riscos estratégicos

Frequência nas lojas: o sucesso da Companhia depende da frequência de clientes em suas lojas, diretamente relacionada ao volume e resultado das vendas. Por isso, a localização de suas lojas em locais de destaque e com alto fluxo de pessoas é essencial para a obtenção de bons resultados. Estudos de mercado realizados antes da abertura de novas lojas mitigam esse risco para a operação das unidades. Atualmente, cerca de 94% das lojas estão localizadas em *shopping centers*, polos que reúnem alta frequência do público consumidor.

Fatores climáticos: um dos desafios da Renner é o aprimoramento da gestão de riscos climáticos no desempenho das vendas. Entre os principais riscos já identificados com potencial de alterar o regime regular de clima e, assim, prejudicar o acerto da coleção, destacam-se: temperaturas extremas, excesso de chuvas e períodos de seca.

Para mitigar esse risco, a Renner desenvolve suas coleções alinhadas a *clusters* de lojas por clima e avalia o impacto de variações do clima sobre as vendas. Além disso, entre os meses de março e agosto, as equipes acompanham as previsões meteorológicas para avaliar possíveis remarcações dos produtos que já estão nas lojas.

Reputação: situações de crise como conflitos com públicos de interesse e falta de alinhamento entre discurso e prática podem ter impactos significativos na imagem e reputação da Companhia e, ainda, gerar prejuízo financeiro, desvalorização do patrimônio e demandas judiciais indenizatórias. Para prevenir e responder de forma coerente e ordenada a essas condições, a Lojas Renner S.A. conta com o Manual de Gestão de Crise.

O documento orienta a conduta de colaboradores em caso de situações emergenciais, especialmente no relacionamento com a imprensa, e prevê a ativação do Comitê de Gestão de Crise de maneira imediata sempre que necessário. Em cada inauguração de loja, o manual é entregue ao gerente da unidade e o documento fica ainda disponível para consulta na intranet da Companhia.

Aceitabilidade da coleção pelo cliente: as vendas e o resultado operacional dependem da habilidade em gerenciar os estoques e prever, identificar e responder com rapidez às mudanças nas tendências da moda e nas preferências do consumidor nos diversos mercados de atuação. Se houver demora entre a produção das peças e a disponibilização nas lojas, ou erros nas análises de mercado e preferências, as vendas poderão sofrer e ter um volume substancial de estoques não vendidos, ocasionando a redução dos preços das mercadorias, afetando os resultados operacionais.



Riscos operacionais

Disponibilidade de sistemas: os sistemas de informação são fundamentais para a operação dos negócios. O *data center* e outros sistemas – como os de ponto de venda em lojas, de crédito, de logística, de comunicação e de gestão de estoques e de indicadores comerciais – devem oferecer e manter disponíveis as funcionalidades necessárias, com segurança, integridade e estabilidade operacional constantes. Se esse suporte tecnológico não for eficaz, a Companhia pode ter dificuldade em gerenciar transações, contabilizar receitas e despesas ou obter relatórios gerenciais.

Para mitigar esse risco, a Lojas Renner S.A. promove continuamente melhorias nos sistemas existentes e implanta novos, quando necessário, além de investir na atualização e aquisição de equipamentos de tecnologia da informação.

Riscos de mercado

Cenário macroeconômico: as receitas da Lojas Renner S.A. podem ser impactadas por aspectos macroeconômicos que afetem o poder de compra dos consumidores – como mudanças na taxa de juros, na inflação, na taxa de câmbio, na disponibilidade de crédito, no nível de emprego e no nível de confiança do consumidor. Nesses casos, considerando o baixo poder de influência na condição macroeconômica, a mitigação dos impactos promovida pela Lojas Renner S.A. tem foco em ajuste ágil dos processos, dos custos e das despesas, alinhados à realidade do cenário.

Condições de compra: outro aspecto alheio à Companhia são as políticas praticadas pelas operadoras de cartão de crédito. Facilidades como o parcelamento de compras ou mesmo o adiamento do pagamento para a data da fatura do cartão estimulam o consumo, e medidas que dificultem ou impossibilitem o acesso dos clientes do varejo a esse meio de pagamento podem reduzir as receitas da Lojas Renner S.A. Para mitigar esse risco, são oferecidos meios de pagamento alternativos aos clientes, como o Cartão Renner.

cap. 3

DNA de
Encantamento



Colaboradores Capacitados e Motivados

G4-9 G4-10 G4-LA1

Ser uma empresa pioneira, ter vocação para encantar, crescer e expandir os negócios cada vez mais – tudo o que caracteriza a Lojas Renner S.A. – depende fundamentalmente das pessoas que, diariamente, executam as operações da Companhia. Os colaboradores são os grandes responsáveis pela trajetória que vem sendo construída e do futuro que se deseja alcançar.

Por isso, o principal objetivo da gestão de pessoas na Companhia é atrair e manter os melhores talentos e ter as pessoas certas nas posições certas. Para tanto, prima-se pela composição de um ambiente em que esse público se sinta reconhecido e valorizado, possa se desenvolver, e seja avaliado de maneira justa, de acordo com seu desempenho individual e coletivo, além de contar com o cuidado com sua saúde e segurança.

Assim, a Lojas Renner S.A. busca estimular em cada colaborador o alcance de todo o seu potencial e para o desenvolvimento de sua carreira.

Para alcançar esse objetivo, as iniciativas da área Gente e Desenvolvimento são definidas e priorizadas a partir do planejamento estratégico anual da Companhia.

A Lojas Renner S.A. acredita na comunicação transparente e no compartilhamento da estratégia como pontos importantes para o desenvolvimento organizacional. Para isso, apresenta um padrão de canais de comunicação interna, que têm o objetivo de manter um alto nível de informação e integração.

Na Renner são disponibilizados os seguintes meios:

Ponto de Partida (PP): reuniões realizadas, diariamente, entre diretorias e gerentes gerais, e nas lojas. Ocorrem, semanalmente, nas áreas administrativas, entre líderes e colaboradores, para o alinhamento do trabalho, a divulgação de metas e o debate de assuntos das áreas, relevantes ao negócio.

Canal Renner: programa de TV com duração de 15 minutos, apresentado por colaboradores e com mensagens da Diretoria.

Planeta Renner: revista interna com periodicidade definida para apresentar temas relativos ao negócio, boas práticas, perfil das equipes e principais novidades da Companhia.

Planeta Informa: mural para a divulgação periódica de campanhas internas e informações locais de cada unidade.

Líder@Renner: boletim eletrônico específico para a liderança, a fim de divulgar eventualmente assuntos estratégicos que devam ser compartilhados com as equipes.

Café com a Diretoria: encontros entre colaboradores (grupos de 15 pessoas sorteadas) e a Diretoria, para um bate-papo sobre temas indicados pelos próprios colaboradores.

Palavra da Diretoria: canal eletrônico exclusivo para a divulgação de assuntos diretamente da diretoria para todos os colaboradores.

Vitrine: boletim eletrônico sobre os principais assuntos da marca Renner, com pautas indicadas pela área de Marketing.

Na Youcom, as equipes recebem informações através de plataforma eletrônica como e-mails e blog interno, além de contar com reuniões de alinhamentos chamadas de Start.

Na Camicado, a comunicação também acontece através de reuniões de alinhamento, os PPs (ponto de partida), murais, newsletters e informativos para as lideranças.

Encantar a todos é a realização da Renner. Baseado nessa visão, foi criado o programa Histórias de Encantamento, que tem o objetivo de incentivar e reconhecer os colaboradores e as equipes que se destacam em encantamento, convidando-os a relatarem histórias de atendimento que superaram as expectativas e encantem os clientes da empresa: sua História de Encantamento. O programa anual tem duração de 11 meses: se inicia em janeiro e é concluído em novembro.

A Renner já publicou dois livros com a coletânea das melhores Histórias de Encantamento e já teve cerca de 729 mil histórias escritas desde 1996, ano de lançamento do Programa. Em 2014, foram escritas 35.958 histórias pelos colaboradores da Renner, que premiou as 120 melhores com R\$ 400,00 cada e a melhor do ano com R\$ 5.000,00.

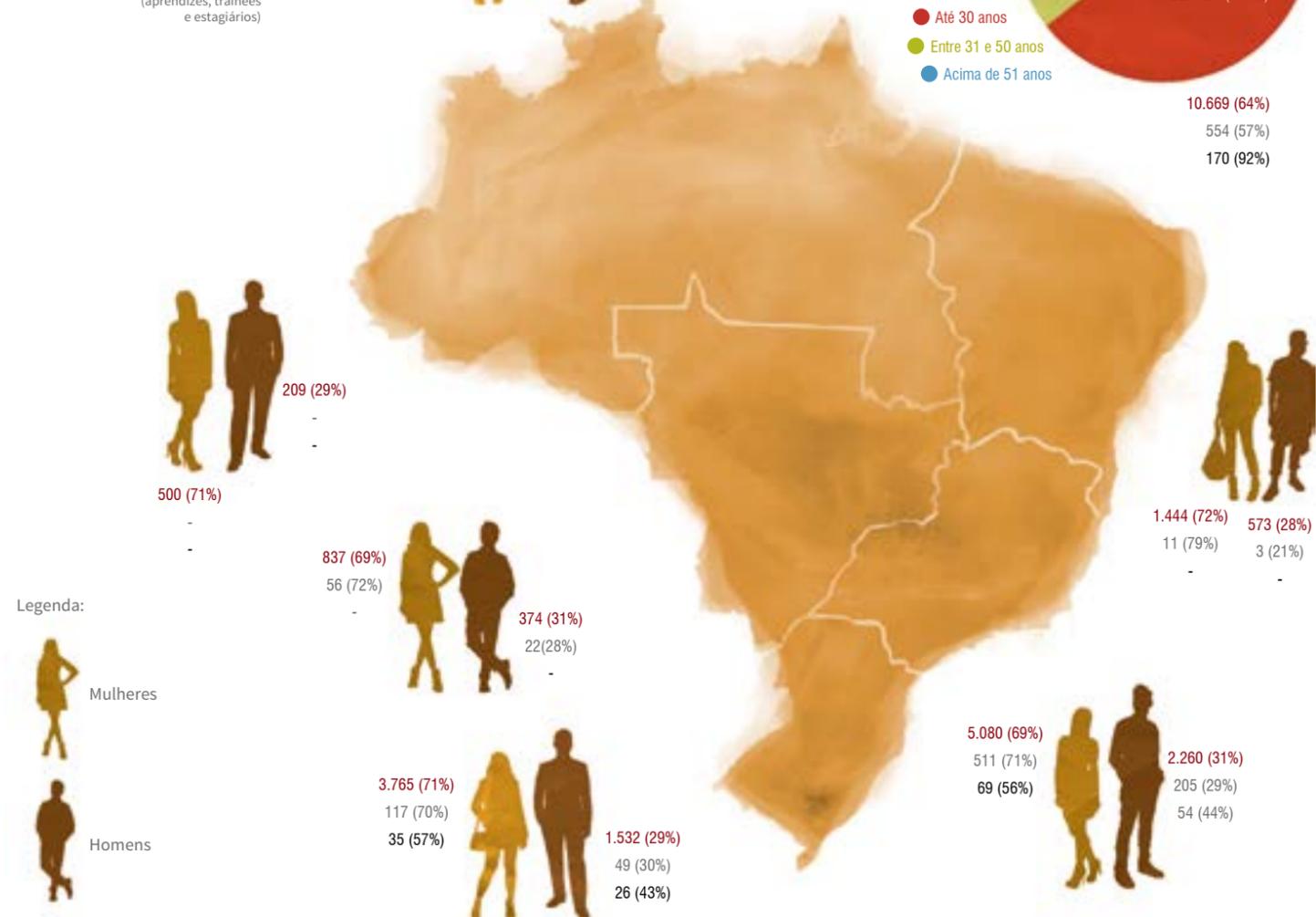
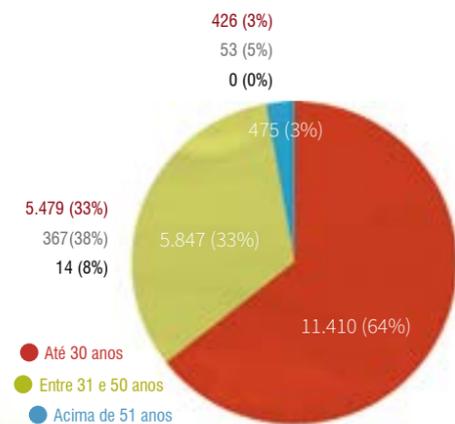
A unidade com maior número de histórias escritas (proporcionalmente ao seu quadro funcional) também foi reconhecida com um prêmio de R\$ 2.000,00 para confraternização da equipe, além de um belo troféu de Loja Encantadora. Em média, foram encaminhadas 3.200 histórias encaminhadas por mês.



Dalva da Silva Bernadino, da equipe do Porto Velho Shopping, teve sua História de Encantamento eleita a melhor de 2014, e recebeu o prêmio das mãos da Diretoria da Companhia.

O perfil do macroambiente ①

	RENNER	CAMICADO	YOUCOM		RENNER	CAMICADO	YOUCOM
Conselho	2	-	-	70%	8	-	-
Diretoria	1	-	-		5	-	-
Lideranças	676	94	17	30%	525	29	13
Administrativos	276	20	7		194	6	4
Operacionais	10.183	562	71	3.948	229	58	
Outros (aprendizes, trainees e estagiários)	490	19	9	276	15	5	



	RENNER	CAMICADO	YOUCOM	Total da Companhia
Colaboradores efetivos por tipo de contrato				
Indeterminado	15.883	940	170	16.993
Determinado (menor aprendiz)	630	31	14	675
Estágio	61	3	-	64
Colaboradores efetivos por tipo de emprego				
Parcial	916	72	14	1.002
Integral	15.658	902	170	16.730

	Rotatividade no ano								
	Número de contratações			Número de desligamentos			Taxa de rotatividade		
	R	C	Y	R	C	Y	R	C	Y
Por gênero									
Mulheres	7.222	529	100	6.529	491	76	56,2%	70,6%	73,08%
Homens	3.345	283	78	2.767	289	56	55,9%	103,6%	70,00%
Por faixa etária									
Até 30 anos	8.571	574	178	7.142	551	132	66,8%	99,5%	77,6%
Entre 31 e 50 anos	1.913	226	-	2.044	219	-	37,4%	59,7%	-
Acima de 51 anos	83	12	-	110	10	-	26,1%	18,9%	-
Por região									
Centro-Oeste	932	123	-	863	98	-	71,3%	125,6%	-
Nordeste	1.044	18	-	831	6	-	41,2%	42,9%	-
Norte	497	-	-	356	-	-	50,2%	-	-
Sudeste	5.153	518	123	4.636	509	93	63,2%	71,1%	75,6%
Sul	2.941	153	55	2.610	167	39	49,3%	100,6%	63,9%
Subtotal	10.567	812	178	9.296	780	132	56,1%	80,1%	71,7%
Total da Companhia	11.557			10.208			57,6%		

* Renner (R), Camicado (C) e Youcom (Y)

Os indicadores que apresentam o perfil do quadro de colaboradores da Companhia incluem todos os colaboradores efetivos, ou seja, aqueles ativos, os afastados e os estagiários.

Gestão do engajamento

Há mais de 20 anos, a Renner realiza a pesquisa de engajamento junto a todos os colaboradores que quiserem participar, de maneira voluntária e anônima, por meio de plataforma *online*.

As opiniões captadas na pesquisa são apresentadas aos líderes, para que aprofundem o entendimento dos resultados de sua unidade de atuação, os apresentem à equipe e, conjuntamente, construam os planos de ação para melhorias. A Renner tem uma meta de execução de 100% dos planos de ação das áreas, buscando fortalecer os resultados obtidos nos últimos anos.

Em 2014, 87% dos colaboradores da Renner participaram da pesquisa, que apontou resultado de 82% de engajamento. Há quatro anos, a Renner registra um nível de Engajamento superior a 72%, percentual inicial da zona de Alta Performance e acima da média de engajamento do Varejo no Brasil e no Mundo, que é de 58%.

Formação técnica e desenvolvimento de liderança

Estimular o desenvolvimento de talentos faz parte dos valores da Companhia. Por isso, a educação corporativa da Lojas Renner S.A. é pautada pela gestão de competências, por meio do aprendizado contínuo e vinculado aos objetivos empresariais.

Em 2014, a Renner reforçou as capacitações oferecidas com foco na metodologia *on the job*, ou seja, de aprender as atividades na prática, aprimorando a comunicação interna e a aprendizagem corporativa e simplificando os programas teóricos. Assim, a Renner busca possibilitar e estimular o desenvolvimento e o aprendizado de seus colaboradores por meio da realização de tarefas e da resolução de problemas no próprio ambiente de trabalho.

A simplicidade é fundamental à concretização dos objetivos da empresa de entregar o que o cliente quer, se antecipar às tendências e estar por dentro de tudo o que acontece com a moda, nas ruas e nas lojas.

O processo de aprendizado na prática é relacionado ao foco da Renner em trazer o conceito da simplicidade como orientador da gestão por meio das Leis da Simplicidade, definidas pelos próprios gestores: 1. Confie mais, controle o necessário; 2. Antes de fazer, pergunte: para quê?; 3. Simplifique brutal com foco no negócio e no cliente; 4. Elimine os melindres, inimigos da simplicidade; e 5. Remova sempre tudo o que o cliente não quer pagar.

Em 2014, os programas de treinamento trabalharam fortemente esse conceito, estimulando a prática e desenvolvendo novos comportamentos.

O alinhamento dos colaboradores à essa cultura e aos objetivos do negócio é essencial para o crescimento sustentado da Lojas Renner S.A. Por isso, a Renner conta com um programa de Gestão da Mudança que, por meio de ações planejadas, sensibiliza e prepara as lideranças e os colaboradores para grandes projetos que tragam mudanças significativas à empresa.

O programa instrumentaliza os líderes de negócio com os conhecimentos e as habilidades na gestão e implementação da mudança. Também aperfeiçoa comportamentos e práticas que potencializam as mudanças e minimiza possíveis resistências, proporcionando maior adaptação ao novo e o comprometimento das equipes.

Em 2014, o programa de Gestão da Mudança teve seu foco nas estratégias da Companhia que impactaram na revisão de processos das áreas de Compras, Logística e Lojas para entrega da missão da empresa de “ser a maior e melhor *fashion retailer* das Américas...”. Esse processo de mudança foi iniciado em 2012 com a formação de um grupo multidisciplinar que realizou *benchmarkings* e estudou modelos de negócio de *fast fashion retailers*. Em paralelo, a empresa promoveu ações de desenvolvimento para lideranças e equipes, além de uma forte campanha para simplificação de processos para a construção de um cenário favorável às mudanças.

A consolidação do cronograma de implementação da unidade de negócio Centro de Serviços Compartilhados, iniciada em 2012, também foi foco de atuação do programa de Gestão da Mudança da Lojas Renner S.A..

Capacitações oferecidas em 2014

Todos os colaboradores do nível operacional da Renner são capacitados no setor de varejo e em suas atividades específicas por meio da Academia Renner de Varejo, disponibilizando os primeiros degraus para a escalada individual de superação e aprimoramento. Os programas com foco em capacitação e desenvolvimento que compõem a Academia são embasados pelas diretrizes estratégicas, reforçando a cultura da Companhia.

A seguir são apresentados os principais programas de capacitação:

- **Programa Boas-Vindas:** é o momento de acolhida de novos colaboradores da Lojas Renner S.A. que visa facilitar e acelerar a sua aculturação, disseminando os fundamentos corporativos, as diretrizes estratégicas, políticas institucionais da Companhia e práticas de gestão de pessoas. Para o público da Administração, também está prevista a experiência das rotinas em lojas, oportunizando, ao novo colaborador, vivenciar a essência do negócio.
- **Cursos virtuais:** por intermédio de um moderno ambiente de aprendizagem virtual, a Renner disponibiliza um portfólio de mais de 70 cursos *online*, com conteúdos construídos sob medida para garantir o desenvolvimento dos colaboradores quanto aos processos, sistemas e cursos para autodesenvolvimento. Além do ambiente de aprendizagem virtual, há outros sistemas informatizados que facilitam o compartilhamento de informações e a troca de experiências profissionais, tais como Comunidades Virtuais.
- **Magia Renner:** está em sua 23ª edição, contempla todos os colaboradores da Renner, com o objetivo de disseminar a cultura e a estratégia do negócio.
- **Programas de Trainee:** para líderes em nível gerencial e de média liderança da Renner, voltados ao desenvolvimento de competências em direção ao alcance dos resultados esperados e ao crescimento da Companhia. Em 2014, foram capacitados 101 *trainees*, considerando gerência e supervisão – 87% das vagas foram preenchidas por candidatos internos.
- **Desenvolvimento de Lideranças:** no ano de 2014, a Renner investiu na capacitação e no desenvolvimento das lideranças, com foco em Moda, Produto e Visual *Merchandising*, bem como no fortalecimento em Gestão de Pessoas e Cultura Renner.

Em 2014, a Renner ofereceu 122 horas de treinamentos técnicos, comportamentais e de liderança por colaborador, além de treinamentos específicos sobre conduta ética e anticorrupção (saiba mais no capítulo Modelo de Negócio).



Reconhecimento do Desempenho

G4-EC5 G4-LA13

O reconhecimento do desempenho dos colaboradores é essencial para seu engajamento e superação. Por isso, a Lojas Renner S.A. aplica um modelo de remuneração por competências, baseado na meritocracia, composto por três pilares:



Todos os colaboradores conhecem as políticas e práticas de remuneração durante sua integração na Companhia e, em cada ciclo de avaliação de desempenho, o modelo de reconhecimento alicerçado em competências é reforçado.

Para assegurar a equidade interna com o cenário externo de remuneração, a Lojas Renner S.A. participa de diversas pesquisas salariais anuais, comparando-se a outras empresas varejistas e aos segmentos industrial e de serviços. Esses estudos contribuem para a avaliação periódica da política de remuneração a fim de adequá-la a tendências e melhores práticas de mercado.

Além disso, a Companhia conta com padrões de remuneração nos níveis hierárquicos, não apresentando, nos salários-base de cada categoria, diferença entre a remuneração de mulheres e de homens.

Relação entre o salário médio das mulheres em comparação ao dos homens em 2014*

	Renner	Camicado	Youcom
Administrativo	0,91	1,18	1,06
Lideranças	0,87	0,99	0,97
Operacionais	0,98	1,08	0,99

* As variações na comparação entre os gêneros foram apuradas considerando a média dos salários praticados em cada categoria funcional. Os salários são ajustados a partir da comparação com mercado, equidade interna e desempenho.

Comparação salarial (salário mais baixo pago pela Companhia/salário mínimo nacional R\$ 724,00)

	Renner	Camicado	Youcom
	1,03 (em Tocantins)	1,10 (no Ceará)	1,66 (em Minas Gerais)
Rio Grande do Sul (mínimo local: R\$ 908,12)	0,98	1,08	1,47
Santa Catarina (mínimo local: R\$ 912,00)	1,10	1,22	Não há operação no estado
Paraná (mínimo local: R\$ 983,40)	1,01	1,02	Não há operação no estado
São Paulo (mínimo local: R\$ 810,00)	1,33	1,34	1,67
Rio de Janeiro (mínimo local: R\$ 906,98)	0,96	0,99	Não há operação no estado

* A Companhia não apresenta essas informações segmentadas por gênero, por não considerar relevante à sua gestão, já que os pisos salariais de entrada não apresentam distinção de gênero.

Promoção da saúde e segurança

A Lojas Renner S.A. desenvolve iniciativas para garantir a segurança e promover a saúde de seus colaboradores, ainda que, pela natureza do negócio, haja baixo risco de doenças ocupacionais.

Entre as principais ações desenvolvidas, estão a realização de treinamentos e eventos de engajamento sobre o tema, planejados de acordo com as necessidades e os riscos de cada unidade e mapeados no Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA).

Esse conjunto de esforços assegura o cumprimento dos requisitos legais relacionados à saúde e segurança no trabalho.

Relacionamento com clientes

A proximidade da Renner de seus clientes é essencial ao cumprimento de seu objetivo: ser cúmplice da mulher moderna, com moda em diversos estilos, com qualidade, a preços competitivos, em ambientes práticos e agradáveis.

Por meio da propaganda, do *marketing* direto, das relações públicas, do relacionamento com a imprensa, da presença na internet, em Redes Sociais, de patrocínios e de eventos culturais e de moda, a Renner vai até o cliente e marca presença alinhada ao posicionamento da marca.

E mais do que ser conhecida, a Renner quer ser reconhecida por encantar, superando as expectativas dos clientes.

Iniciativa pioneira no Brasil, a Renner disponibiliza na porta de suas lojas, há quase 20 anos, o Encantômetro, que já faz parte da rotina de compra dos clientes que, ao final da experiência, dão sua opinião em uma avaliação segmentada em três níveis: muito satisfeito, satisfeito e insatisfeito.

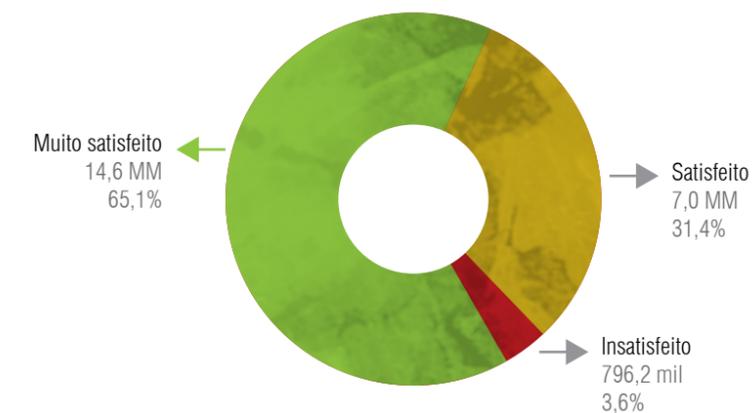
As percepções negativas têm prontamente o atendimento de um colaborador para solucionar o problema, e, quando a questão não pode ser resolvida imediatamente, a loja deve encaminhar seu relato para a área responsável, que oferecerá uma resposta ao cliente.

Os resultados são publicados diariamente na intranet e consolidados mensalmente para apresentação à Diretoria. Em 2014, foram registrados mais de 22.381.808 milhões de toques, com índice de satisfação de 97% de clientes muito satisfeitos e satisfeitos (21.585.605 milhões de toques).



As informações registradas nos Encantômetros, além de apresentarem os níveis gerais de satisfação de clientes, ao longo dos anos também se transformaram em uma importante ferramenta de gestão da Renner, pois sinalizam oportunidades de melhoria na operação, por meio das opiniões e dos comentários diretos dos clientes.

Grau de Satisfação dos Clientes
Resultado do Encantômetro em 2014
22,4 MM de opiniões registradas na Lojas Renner



Por meio dos canais de comunicação com seus clientes, a Lojas Renner S.A. oferece dicas de moda, informações sobre campanhas, inaugurações, promoções e um canal aberto para elogios, críticas e sugestões.

A Renner está nas mídias sociais, com página oficial no Facebook de 5,5 milhões de seguidores, perfis no Instagram, no Twitter, no Pinterest e no Google+. Possui o blog Estilo Renner e um canal de vídeos no YouTube.

A Camicado e a Youcom também estão presentes, com canais específicos, na plataforma *online*. A Camicado conta com página oficial no Facebook, com mais 500 mil *likes*, além de perfil no Instagram, Twitter, Pinterest e um *blog*. Em 2014, a Youcom contou com um aumento de 1.685% de *likes* na base do Facebook.

Problemas ou dificuldades? A partir das mensagens e *posts* no Facebook, a Companhia abre o diálogo com clientes, que podem se comunicar diretamente com a Renner, Camicado e Youcom.

Outro importante canal é a Central de Atendimento no *site* da Renner, Camicado e Youcom, que oferecem telefones, *chats* e *emails* para que os clientes entrem em contato com a empresa. Na Renner, as mensagens encaminhadas pelo e-mail são destinadas às áreas responsáveis, que procuram respondê-la em até 72 horas.

Ainda há uma interface exclusiva com o site Reclame Aqui, uma das principais plataformas *online* para reclamações. As demandas, que antes entravam no fluxo do Atendimento, agora são enviadas diretamente às áreas responsáveis, que respondem com mais agilidade.

Conheça a Renner, Youcom e Camicado no Facebook em:

www.facebook.com/LojasRenner

www.facebook.com/camicado

www.facebook.com/lojyoucom



E-commerce

O e-commerce da Renner também é um importante canal de relacionamento com clientes. Por isso, foi reelaborado com o objetivo de aprimorar a experiência do usuário e oferecer novas possibilidades de navegação e interação:

Moda e estilo: o site apresenta um novo indicativo de clima, com itens selecionados de acordo com a temperatura; o espaço Meu estilo Renner - com indicativo de *lifestyle* relacionando principais produtos selecionados -; e o espaço Meu look Renner - com indicativo de tendência e possibilidade de compra de *look* completo.

Comunicação: rodapé social, com destaque para todos os canais da Renner nas redes sociais.

Troca Fácil: permite ao cliente iniciar o processo de troca pelo formulário *online*.

Minha Conta: espaço do cliente com todas as informações de seu perfil e compras, indicação de produtos de acordo com informações personalizadas (minha cor preferida, número calçado, estilo) e localizador de lojas.

Tendências: informações de moda e destaque das principais tendências nos departamentos feminino, masculino e perfumaria.

Segurança da informação para clientes

Voltada à definição de diretrizes para a preservação da segurança das informações da Companhia, envolvendo aspectos como confidencialidade, integridade e disponibilidade das informações, a Política de Segurança da Informação foi atualizada em 2014, passando a abranger não somente a Renner, mas também suas controladas, como Camicado e Youcom. Por ser um documento interno, essa Política não está disponível nos meios de comunicação externos da Companhia.

Moda para todos!



De forma pioneira no seu segmento, o site da Renner é adaptado para garantir a acessibilidade de pessoas com deficiências visuais e de movimentos. Ao clicar em um ícone específico na página inicial, o internauta pode fazer o download do navegador ESSENTIAL ACCESSIBILITY™, que substitui o mouse e o teclado por meio de recursos como o sistema hands-free de rastreamento de movimento, o auto clique e o escaneamento automático de links. Esse aplicativo facilita a navegação e o acesso às últimas tendências da estação para milhares de brasileiros com dificuldade de leitura ou de digitar ou mover o mouse.

Investimento Social Privado

G4-15 G4-EC7 G4-EC8 G4-SO1

Em 2008, a Companhia fundou o Instituto Lojas Renner, com a missão de gerir seu investimento social, especialmente por meio de projetos de empreendedorismo e de inclusão da mulher no mercado de trabalho.

O princípio de atuação do Instituto evidencia a proposição de valor da Renner e está diretamente relacionado à meta 3 da Declaração do Milênio das Nações Unidas: promover a igualdade entre os gêneros e o empoderamento das mulheres.

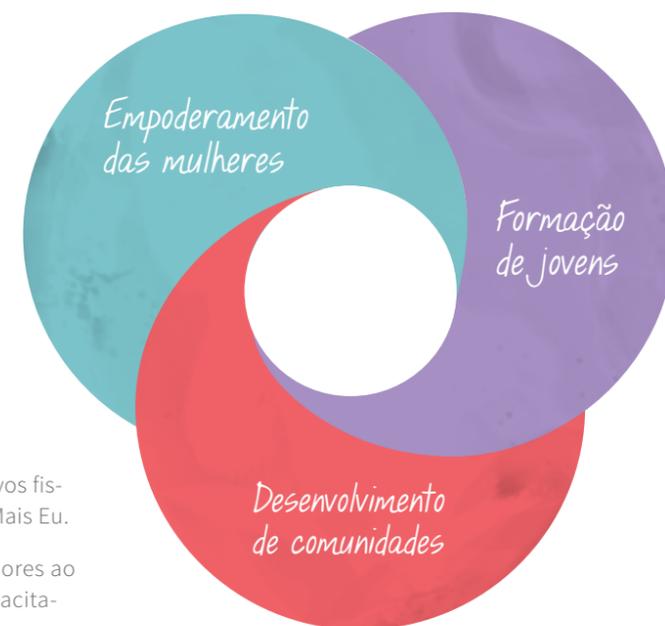
Além disso, a Lojas Renner S.A. endossa os Princípios de Empoderamento das Mulheres, iniciativa da ONU Mulheres e do Pacto Global, que apresenta um conjunto de considerações para apoiar as empresas a incorporarem em seus negócios valores e práticas que visem à equidade de gênero e ao empoderamento de mulheres.

O Instituto também trabalha em dois outros focos, paralelos e complementares ao empoderamento da mulher: a formação de jovens e o desenvolvimento de comunidades, principalmente por meio do envolvimento dos próprios colaboradores, que ministram cursos ou atuam como voluntários em ações locais.



Luciane Franciscione, Diretora de Marketing do Instituto Lojas Renner e Gerente Geral de Marketing da Lojas Renner S.A.

Conheça o trabalho do Instituto Lojas Renner: www.institutolojasrenner.org.br/. Lá, você pode saber mais sobre os projetos apoiados e seus resultados.



Os recursos para financiamento dos projetos do Instituto são provenientes de incentivos fiscais, recursos próprios do orçamento da Renner, e, em maior parcela, da Campanha Mais Eu.

Na Campanha, a Renner destina 5% de suas vendas líquidas dos quatro dias posteriores ao Dia dos Pais, isento de impostos, para o Instituto investir em projetos sociais de capacitação e geração de emprego e renda para mulheres. Os projetos sociais apoiados são executados por organizações do terceiro setor, selecionadas via Edital.

Em 2014, o Instituto investiu R\$ 7,3 milhões em projetos sociais de 12 estados brasileiros e promoveu a doação de roupas equivalente ao valor de R\$ 10,9 milhões. Desde sua fundação, já foram mais de R\$ 25 milhões investidos em 496 projetos, que beneficiaram 107.318 pessoas.

Destinação do Investimento Social do Instituto em 2014

	Investimento (R\$)	Beneficiados	Projetos
Geração de Emprego e Renda para Mulheres	890.689,99	1.920	32
Formação Profissional de Jovens	600.014,08	444	25*
Desenvolvimento de Comunidades	5.765.000,00	11.811	40*
TOTAL	7.255.704,07	14.175	97
Doações de Roupas	10.934.060,76	-	-

* Foram realizados investimentos nos projetos das organizações APAE-SP e Instituto Aliança, bem como para a Rede Parceria Social em 2014, os quais possuem início previsto para 2015.

A Campanha Mais Eu arrecadou em 2014 R\$ 1,7 milhão e, em suas sete edições, um total acumulado de R\$ 8,1 milhões, investidos no apoio a 162 projetos, beneficiando 11.142 mulheres.

Geração de emprego e renda para mulheres

O Instituto busca apoiar projetos de geração de emprego e renda para mulheres a partir de dois programas: Edital de Projetos Mais Eu e Escola de Costura.

- **EDITAL DE PROJETOS MAIS EU:** o Instituto Lojas Renner lança, anualmente, um edital público nacional para apoio a projetos de geração de trabalho e renda e empreendedorismo feminino. Os projetos inscritos são submetidos à uma comissão que avalia, entre outros aspectos, a consistência na construção do projeto junto às comunidades que pretendem atender, a coerência entre objetivos e ações propostas, o planejamento orçamentário e as condições estruturais e de capital humano para a condução dos projetos.
- **ESCOLA DE COSTURA:** nos locais em que a Renner possui fornecedores de produtos têxteis de revenda, são desenvolvidos projetos de capacitação de mulheres em costura industrial, por meio de parcerias com organizações sociais, prefeituras e com os seus próprios fornecedores. Ao final da capacitação, as mulheres beneficiadas podem ser contratadas pelo fornecedor local ou inseridas no mercado de trabalho, em outras empresas do ramo.

Além desses programas, o Instituto Lojas Renner iniciou, em 2014, o processo de seleção de projetos por meio da Rede Parceria Social, em parceria com o Governo do Estado do Rio Grande do Sul, pela qual foram lançados dois editais: um voltado para o empreendedorismo e a geração de renda para mulheres, e outro voltado ao público da terceira idade.

Foram selecionados, ao todo, 29 projetos (17 para o Edital Mulheres e 12 para o Edital da Melhor Idade). A execução dos projetos será iniciada em janeiro de 2015 e representará um investimento de R\$ 1,75 milhão.

Distribuição dos investimentos

Destinação	Pessoas beneficiadas	Investimento	Projetos
Edital Mais Eu 2013	690	R\$ 479.000,60	7
Edital Mais Eu 2014	1.015	R\$ 315.329,95	12
Escola de Costura	215	R\$ 96.359,44	14*
TOTAL	1.920	R\$ 890.689,99	32

* Foi realizado investimento no projeto da organização ABADEUS em 2014, porém seu início está previsto para 2015.

Desde setembro de 2013, o Instituto acompanha o Índice de Retorno do Investimento Social dos projetos apoiados por meio do Edital Mais Eu. Esse índice apura a relação entre o valor investido em projetos e a renda gerada pelas mulheres beneficiadas a partir de seu próprio trabalho, com acompanhamento mensal.

Ao final do ano, o índice foi de R\$ 1,25, ou seja, para cada R\$ 1,00 investido pelo Instituto Lojas Renner, as mulheres geraram R\$ 1,25 de renda por meio de trabalho próprio.

Formação de jovens

Objetivo: capacitar jovens em situação de vulnerabilidade para a atuação no mercado de trabalho setorial.

- **ESCOLA DE VAREJO:** cursos gratuitos oferecidos desde 2012 nas áreas de logística e atendimento ao cliente, contribuindo para o ingresso de jovens no mercado de trabalho e fomentando a economia local. Parte dos cursos é ministrada por colaboradores da Renner que atuam como voluntários no projeto.
- **PROJETO PESCAR:** a Lojas Renner atua como mantenedora da Fundação Projeto Pescar, que há mais de 30 anos promove a empregabilidade de jovens por meio da oferta de cursos profissionalizantes. Além disso, a Renner promove a formação de jovens em atendimento ao cliente na sua sede administrativa em Porto Alegre por meio da atuação, majoritariamente, dos colaboradores da Renner como voluntários na aplicação das disciplinas do programa.

Distribuição dos investimentos

Destinação	Pessoas beneficiadas	Investimento	Projetos
Escola de Varejo	435	R\$ 545.014,08	24*
Projeto Pescar	9	R\$ 55.000,00	1
TOTAL	444	R\$ 600.014,08	25

* Foi realizado investimento nos projetos das organizações APAE-SP e Instituto Aliança em 2014, porém o início de ambos está previsto para 2015.

Desenvolvimento das comunidades

G4-S01 G4-S02

A Lojas Renner S.A. apoia diversos projetos que visam ao desenvolvimento pessoal e à inclusão social de pessoas em situação de vulnerabilidade nas localidades onde atua.

Os recursos são disponibilizados por meio de dedução fiscal do Imposto de Renda a partir de cinco incentivos federais:

- Fundos de Apoio à Criança e ao Adolescente
- Fundo do Idoso
- Lei de Incentivo ao Esporte
- Pronon – Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica
- Pronas – Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência

O Edital da Melhor Idade – apresentado no item Rede Parceria Social, mencionado anteriormente – também faz parte do programa de desenvolvimento das comunidades, e é possibilitado através de incentivo fiscal do Governo do Estado do RS.

Além da destinação de recursos de incentivo fiscal, a Lojas Renner também realiza a doação de roupas em uma parceria com os Governos Estaduais do Rio Grande do Sul, de Santa Catarina e de São Paulo. Na abertura de lojas em praças novas, também é realizada a doação de roupas aos governos locais para repasse às comunidades.

Distribuição dos investimentos

Destinação	Pessoas beneficiadas	Investimento	Projetos
Funcriança	6.146	R\$ 1.053.000,00	19
Lei do Esporte	1.555	R\$ 1.053.000,00	6
Pronon	2.580	R\$ 1.203.000,00	3
Pronas	670	R\$ 1.053.000,00	3
Fundo do Idoso	860	R\$ 1.053.000,00	8
Rede Parceria Social	0*	R\$ 350.000,00	0
TOTAL	11.811	R\$ 5.765.000,00	39

* A execução dos projetos da Rede Parceria Social será iniciada em janeiro de 2015 e representará um investimento de R\$ 1,75 milhão. Desse recurso, R\$ 350 mil foram pagos durante 2014 pela Lojas Renner S.A. ao Fundo Gerações e ao Fundo Estadual de Apoio à Inclusão Produtiva.

cap. 4

*Relacionamento
na Cadeia
de Fornecedores*



Perfil da Cadeia de Fornecedores

G4-2 G4-12 G4-EC8 G4-EC9 G4-LA14 G4-LA15 G4-LA16
G4-HR1 G4-HR4 G4-HR5 G4-HR6 G4-HR9 G4-HR10
G4-HR11 G4-SO9 G4-SO10

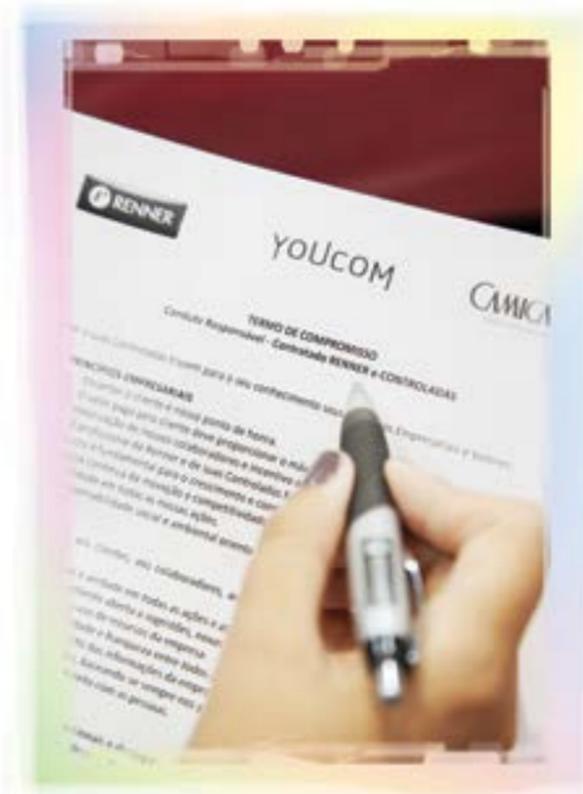
Dada a dimensão e relevância de sua cadeia de fornecedores, a Lojas Renner S.A. conta com duas áreas destinadas à gestão específica do relacionamento com esse público: a área de Gestão de Fornecedores de Revenda (GFR), que trata de todos os fornecedores de produtos comercializados em lojas, e a de Gestão de Fornecedores Administrativos (GFA), que trata dos demais fornecedores da empresa. A seguir são apresentadas a gestão e atuação dessas áreas em 2014.

Gestão de Fornecedores Administrativos (GFA)

A área de Gestão de Fornecedores Administrativos é responsável pelas compras que não sejam para a revenda de produtos nas lojas.

Em 2014, as relações comerciais com fornecedores cujo faturamento anual para Lojas Renner S.A. envolveram valor igual ou superior a R\$ 180 mil ou prestação de serviço com duração de 120 dias ou mais durante o ano, passaram por um processo de homologação para avaliação dos aspectos necessários ao prosseguimento da relação do fornecedor com a Companhia: o cumprimento da regulamentação trabalhista e a adesão ao Termo de Compromisso de Conduta Responsável.

Em 2014, foram emitidos pedidos de compras para 1.371 fornecedores. Além disso, foi feita homologação comercial de 376 fornecedores que possuíam contrato ativo em dezembro de 2014.



Gestão de Fornecedores de Revenda (GFR)

Por ser considerado um dos pontos críticos da cadeia de fornecimento, a Renner e a Youcom contam com um processo exclusivamente destinado aos seus fornecedores de revenda, a fim de garantir o cumprimento das leis trabalhistas, o respeito aos princípios estabelecidos no Código de Ética e Conduta da Companhia, bem como a eficiência e a qualidade nos processos de produção.

Para o processo de seleção e homologação de fornecedores de revenda, todos passam pelas seguintes etapas eliminatórias:

- Análise de dados cadastrais (para avaliação de riscos financeiros).
- Avaliação de amostras (para avaliação de riscos frente à qualidade de produtos).
- Auditorias (para avaliação de riscos sociais e trabalhistas e riscos relacionados ao processo produtivo).
- Elaboração de contrato comercial, que formaliza junto ao fornecedor, por meio do Termo de Compromisso, a adesão aos princípios de conduta da Lojas Renner relacionados aos temas: trabalho infantil, trabalho forçado ou análogo ao escravo, saúde e segurança, liberdade de associação e o direito à negociação coletiva, discriminação, práticas disciplinares, expediente de trabalho, remuneração e legalidade.

O gasto da Renner em 2014 com fornecedores locais foi de 73% frente ao gasto total com fornecedores, representando um valor de R\$ 1.496.408.003,74. Dos 530 fornecedores ativos, 330 são locais e 200 no exterior.

Gastos com Fornecedores Revenda*	2014	2013	2012
Total geral de fornecedores	530	551	636
Total de fornecedores locais	330	357	428
Percentual de fornecedores locais sobre total geral	62%	65%	67%
Total de compras de fornecedores locais (R\$)	1.496.408.003,74	1.373.491.843,37	1.286.119.445,63
Percentual de compras de fornecedores locais	73%	75%	77%
Total de fornecedores no exterior	200	194	208
Percentual de fornecedores no exterior sobre total geral	38%	35%	33%
Total de compras de fornecedores no exterior (R\$)	551.560.697,51	464.084.916,03	388.732.122,09
Percentual de gastos com fornecedores no exterior	27%	25%	23%
Total de compras de fornecedores (R\$)	2.047.968.701,25	1.837.576.759,40	1.674.851.567,72

* Os dados referentes ao total de fornecedores (locais e do exterior) consideram data-base em janeiro de 2015, ou seja, fornecedores que, na data da obtenção desses dados, estavam com status ativo.

Desenvolvimento de fornecedores de revenda

G4-EC7 G4-EN32 G4-EN33

A Renner busca desenvolver e fortalecer sua cadeia de fornecedores por meio do Programa de Melhoria Contínua, no qual são realizadas capacitações técnicas e trabalhos *in loco* nas instalações dos fornecedores. Além disso, são realizados projetos com temas específicos e de interesse dos fornecedores, como sustentabilidade (no caso da cadeia produtiva do jeans, por exemplo) e velocidade da cadeia. Por outro lado, exige dos fornecedores a adoção de boas práticas e a ética na condução de seus negócios.

Internamente, a Renner elaborou um mapa de riscos, a fim de verificar o potencial de não conformidades na cadeia de fornecedores de revenda para sugerir melhorias nas práticas e processos dos fornecedores.

Essas iniciativas buscam um desempenho sustentável e podem ser representadas pelo ciclo da figura a seguir.



Juliana Gonçalves (colaboradora da Renner) e Rubens Magalhães Gonzales (fornecedor da Renner).

Ciclo de relacionamento da Renner com seus Fornecedores Revenda



a) Engajamento e sensibilização

A Renner conta com sua Política de Relacionamento com Fornecedores, que tem como objetivo estabelecer práticas de concorrência e de relações comerciais com fornecedores, formalizando e assegurando o cumprimento dos fundamentos corporativos, dos princípios e das diretrizes estabelecidos no Código de Ética e Conduta da Lojas Renner S.A.

A Política também exige o cumprimento de legislações vigentes no campo ambiental, fiscal, tributário e trabalhista, assim como o respeito aos contratos e termos de compromissos assinados entre as partes.

Em 2014, 100% dos novos fornecedores nacionais ativos cadastrados na cadeia da Renner (um total de 49 empresas) passaram pelo processo inicial de seleção e homologação, conhecendo a Política de Relacionamento com Fornecedores e o Código de Ética e Conduta, comprometendo-se a observá-los e cumpri-los.

Adicional à Política de Relacionamento com Fornecedores, a Renner promove o programa Crescendo Juntos: uma série de eventos presenciais em que a empresa convida seus fornecedores de revenda a debaterem as boas práticas do setor e a trocarem experiências, gerando conscientização e sensibilização na busca pelo desenvolvimento sustentável da cadeia, direitos humanos, relações trabalhistas e outros assuntos.

Certificação ABVTEX na cadeia de fornecedores de revenda:

- 2012 - Certificação ABVTEX em 100% dos fornecedores de confecção no Estado São Paulo (concluído).
- 2013 - Certificação ABVTEX em 100% dos fornecedores de confecção no restante do Brasil (concluído).
- 2014 - Início da Certificação ABVTEX nos fornecedores de calçados e acessórios.
- 2015 - Certificação ABVTEX em 100% dos fornecedores de calçados e acessórios no Brasil (em andamento).

b) Monitoramento e avaliação

A Renner e a Youcom monitoram sua cadeia de fornecedores diretos e seus subcontratados, a fim de acompanhar continuamente o respeito à legislação e aos princípios acordados. Esse processo é realizado por três diferentes meios:

1. Auditoria de responsabilidade social: realizada por organismos certificadores credenciados pelo Programa de Certificação de Fornecedores ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil), com critérios estabelecidos pelas empresas signatárias, visando avaliar a aderência de seus fornecedores às boas práticas corporativas e de responsabilidade social.

Todos os fornecedores e subcontratados de confecção da Renner e da Youcom, no Brasil, contam com essa certificação, que cobre práticas, compromissos e aspectos de gestão ligados aos seguintes temas: Trabalho Infantil, Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo, Trabalho Estrangeiro Irregular, Liberdade de Associação, Discriminação, Abuso e Assédio, Saúde e Segurança do Trabalho, Compensação, Horas Trabalhadas, Benefícios, Monitoramento da Cadeia Produtiva, Gestão Ambiental e Monitoramento e Documentação.

Em 2014, foi iniciado o processo de certificação de fornecedores de calçados e acessórios, seguindo os mesmos padrões do que já é feito com a cadeia têxtil.

2. Visitas técnicas: realizadas por equipe própria da Renner em seus fornecedores e subcontratados, que ocorrem de forma surpresa, sem serem anunciadas aos auditados, com o objetivo de captar a percepção real da rotina de trabalho das empresas visitadas. Um *checklist*, elaborado pela Renner, orienta o processo com diretrizes e requisitos alinhados com as melhores práticas de mercado.

Como parte integrante das visitas, são realizadas entrevistas com colaboradores das empresas, com garantia de sigilo, que buscam identificar irregularidades sociais. Cada visita resulta na geração de um relatório, que é analisado pela área de Gestão de Fornecedores de Revenda da Renner e encaminhado ao respectivo fornecedor envolvido para eventuais adequações ou, até mesmo, descredenciamento.

Em 2014, foram realizadas 1.128 visitas técnicas pela equipe da Renner, contabilizando-se as visitas realizadas a subcontratados que tiveram o acesso negado – estas empresas são computadas, pela Renner, como “de alto risco”.

3. Auditoria por terceira parte: avaliação, de forma detalhada, das condições de trabalho dos subcontratados. São realizadas para reforçar o monitoramento da cadeia de fornecimento da Renner e da Youcom e mitigar o risco de descumprimento dos requisitos legais. Em 2014, a Renner intensificou a periodicidade das verificações, demandando a realização de mais auditorias, e, em 2015, ampliará ainda mais este processo, com a criação de uma nova Gerência de Conformidade.

c) Desenvolvimento e capacitação

A Renner avalia o desempenho de seus fornecedores por meio do Indicador de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF), que considera questões comerciais, técnicas, de relacionamento e de responsabilidade social. A partir do acompanhamento do IDGF são eleitas empresas fornecedoras para o Programa de Melhoria Contínua, com o objetivo de apoiá-las e capacitá-las para seu desenvolvimento.

O Programa, que tem uma equipe interna dedicada, prevê a realização de visitas técnicas de avaliação e orientação quanto às melhores práticas relacionadas à sustentabilidade do negócio. Em 2014, o Programa de Melhoria Contínua apresentou foco em qualidade de produto e, no próximo ano (2015), será voltado à eliminação de desperdícios e ao *layout* fabril. Os temas a serem abordados pelo Programa são definidos com base nas demandas dos fornecedores e no desempenho do indicador.

Em 2014, 42 fornecedores foram monitorados pelo IDGF e, destes, dez empresas nacionais foram selecionadas para participar do Programa de Melhoria Contínua: nove com foco em qualidade do produto e uma com foco na melhoria da gestão de subcontratados.

A Lojas Renner S.A. e o Ministério do Trabalho e Emprego

Em 11 de novembro de 2014, a Lojas Renner S.A. foi notificada pelo Ministério de Trabalho e Emprego (MTE) sobre irregularidades relacionadas à utilização de mão de obra irregular de imigrantes por sua cadeia de fornecedores.

As situações apontadas pelo MTE indicam que a Oficina de Costura Leticia Paniágua Verdugues, contratada por dois fornecedores da Companhia – as indústrias têxteis nacionais Kabriolli e Betilha –, teria descumprido leis trabalhistas. A Lojas Renner S.A. se colocou ao lado do Ministério do Trabalho e Emprego para garantir o cumprimento das leis trabalhistas, por seus fornecedores.

Vale ressaltar que esse caso isolado foge das práticas exigidas pela Lojas Renner S.A., que sensibiliza e monitora continuamente toda sua cadeia de fornecedores diretos e seus subcontratados quanto ao atendimento à legislação e à adoção de boas práticas e princípios sociais e ambientais. Além

do monitoramento da Companhia, todos os fornecedores assinam contratos em que se comprometem a cumprir a legislação trabalhista vigente, bem como um Termo de Compromisso e Conduta Responsável que proíbe qualquer tipo de violação aos dispositivos legais – um dos compromissos desse Termo é o repúdio aos trabalhos infantil, forçado, análogo ao de escravo e em ambiente inseguro e a qualquer tipo de discriminação ou de assédio.

A Oficina Leticia Paniágua compareceu ao MTE, rescindiu todos os contratos de trabalho, pagou as verbas rescisórias e liberou o FGTS dos seus empregados. As indústrias Kabriolli e Betilha descredenciaram a oficina contratada – Leticia Paniágua – e firmaram o Termo de Ajustamento de Conduta com o Ministério Público do Trabalho, garantindo a admissão desses trabalhadores em suas operações, com pagamento das indenizações trabalhistas fixadas pelo MTE.

Nesse contexto, a Lojas Renner S.A. foi considerada corresponsável pela contratação de seus fornecedores e intimada a responder, administrativamente, a 30 notificações que constavam no Relatório de Fiscalização da Erradicação do Trabalho Escravo no prazo estipulado pelo MTE.

Assim, a Companhia está comprometida em aprimorar ainda mais seus controles e intensificar a frequência das verificações, a fim de minimizar as possibilidades de repetirem-se casos, como o ocorrido, em sua cadeia de fornecimento. Dessa forma, a equipe de Gestão de Fornecedores de Revenda colocou em ação uma revisão detalhada do *checklist* de auditorias e está reestruturando sua equipe e os processos de gestão de fornecedores de revenda. Entre a data da notificação do MTE até o final de 2014, foram realizadas 215 auditorias adicionais pelas internacionalmente reconhecidas empresas de avaliação de conformidade e certificação, Bureau Veritas e a SGS.

Além disso, a Lojas Renner S.A. tem promovido reuniões com seus fornecedores de revenda com o objetivo de alinhar as novas diretrizes da Companhia para a mitigação.

A seguir são apresentadas as iniciativas desenvolvidas pela Renner com o objetivo de mitigar riscos e evitar novos casos de desrespeito aos direitos trabalhistas em sua cadeia de fornecimento de revenda.

Processo evolutivo no monitoramento da cadeia de fornecedores de revenda

• ATIVIDADES QUE JÁ ACONTECIAM
• NOVAS PRÁTICAS

- Pré cadastro
- Avaliação de documentação, amostras e auditoria ABVTEX
- Visitas da GFR para avaliar instalações e capacidade do fornecedor
- Aprovação e homologação do fornecedor e assinatura do contrato

- **Visitas técnicas antes da aprovação**
- **Revisão da Cadeia de Fornecedores e subcontratados**
- **Intensificação no desenvolvimento de novos fornecedores**
- **Processo de aprovação da inclusão de subcontratados de fornecedores na cadeia**

- Revisão anual da documentação
- Visitas técnicas (ABVTEX, auditoria externa e interna)
- IDGF com monitoramento do fornecedor em quatro pilares: qualidade, logística, sustentabilidade, comercial

- **Reestruturação do processo e da equipe interna de Visitas Técnicas**
- **Tratamento dos resultados das visitas de acordo com critérios pré estabelecidos para notificações e exclusões**
- **Monitoramento da capacidade de produção do fornecedor**
- **Rastreamento dos pedidos**
- **Gerenciamento da quantidade de pedidos emitidos pelo fornecedor, por meio do Escritório de Compras (OPP)**



- Negociações comerciais com fornecedor
- Emissão de pedidos

- **Emissão de pedidos de acordo com a capacidade do fornecedor, determinada a partir da equipe de GFR**

- Programa Crescendo Juntos
- Capacitações e treinamentos
- Programa de Melhoria Contínua
- Programa de Sustentabilidade na Cadeia do Jeans
- Projeto Reatividade da cadeia – otimização do fluxo de desenvolvimento de produção de produtos

- **Intensificação de treinamentos**
- **Novos critérios de visitas técnicas e de penalidades**
- **Ações para identificar oportunidades junto aos fornecedores e promover treinamentos**
- **Ampliação da cobertura do IDGF**

Sustentabilidade na Cadeia do Jeans

G4-EN33

Desde 2013, a Companhia conta com o Projeto Sustentabilidade na Cadeia do Jeans, voltado ao desenvolvimento dessa expressiva categoria de fornecedores de revenda dentro dos pilares da Sustentabilidade (ambiental, econômico e social).

O Projeto mapeou todos os processos da produção do jeans, principalmente o de confecção, que envolve fornecedores diretos, e identificou a situação atual das cadeias envolvidas como base para definição dos padrões desejados de produção dentro do conceito de sustentabilidade.

Em 2014, o projeto atendeu a três fornecedores, que aderiram ao projeto piloto realizando o plano de ação de melhorias proposto. A média de desempenho dos três fornecedores na avaliação realizada no início do projeto foi de 30,08% e, no fim dos seis meses de projeto, evoluiu para 67,5%, superando a meta que era de 51%.

Os benefícios alcançados pelos fornecedores foram a redução de custos com iluminação, a identificação e redução de desperdícios por meio da gestão de indicadores (principalmente de matéria-prima), o desenvolvimento de projeto para reuso de água, a geração de receita com a comercialização de resíduos recicláveis, entre outros. No período, também foram distribuídas aos fornecedores cartilhas de orientação sobre gestão de energia e sustentabilidade nas lavanderias.

Em 2015, o objetivo é ampliar o projeto para 100% dos fornecedores ativos de jeans.

Etapas do Projeto Sustentabilidade na Cadeia do Jeans



cap. 5

*Gestão
Ambiental*



Consumo de Materiais e Geração de Resíduos

G4-EN23 G4-EN25 G4-EN27

A gestão do consumo de materiais e seu descarte é essencial à minimização do impacto ambiental da operação da Companhia. Por isso, a Lojas Renner S.A. estuda continuamente projetos que possam ampliar sua eficiência e, assim, reduzir o volume de materiais consumidos e descartados e simplificar processos.

Em 2014, mais de 90% dos resíduos gerados pela Companhia - e que possuem controle de peso em tonelada - foram destinados à reciclagem ou ao reaproveitamento.

Resíduos gerados por destinação

*	Disposição	2014	2013	2012
Resíduos não perigosos				
Papel e papelão (ton)	Reciclagem	696,10	672,77	618,81
Plástico (ton)	Reciclagem	225,80	125,22	151,64
Sucata metálica (ton)	Reciclagem	4,50	—	2,65
Resíduo tecnológico ¹ (ton)	Reciclagem	24,63	5,10	7,22
Outros resíduos não perigosos ² (ton)	Reciclagem/Aterro	332,48	207,68	237,77
EcoEstilo (ton)	Aterro industrial	20,70	15,77	9,12
Sucatas diversas (m ³)	Reciclagem/Aterro	665	605	610
Resíduos perigosos				
Pilhas e baterias (ton)	Aterro industrial	12,10	5,91	4,12
Lâmpadas fluorescentes (unidade)	Descontaminação e reciclagem	70.398	89.556	44.729

* Abrangência: Renner e Youcom

¹ Os resíduos tecnológicos são enviados para empresas contratadas, que fazem o reaproveitamento e/ou a reciclagem desses materiais e o descarte correto dos resíduos que não são reaproveitados.

² Material de *merchandising*, imobilizados, manequins e calçados sem par.

³ Madeiras, *pallets*, entulhos e resíduo orgânico; a Renner não tem dados em toneladas para esse tipo de resíduo.

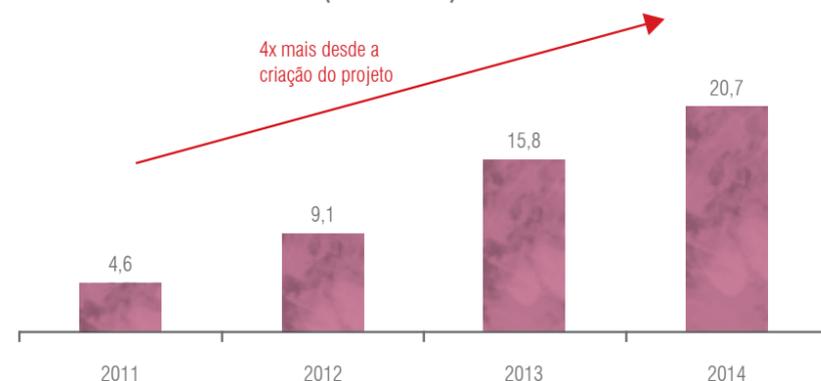
Iniciativas desenvolvidas em 2014

Desde 2010, a Renner conta com o Programa de Gestão de Resíduos Sólidos (PGRS), desenvolvido com base no princípio de responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos e objetivando definir procedimentos e critérios para coletar, transportar e destinar resíduos de todas as lojas da empresa.

O principal projeto do PGRS é o Projeto EcoEstilo, que oferece à sociedade um espaço adequado para o descarte de resíduos de perfumaria e beleza nas lojas da Renner, sejam eles provenientes de sua operação ou não. Os resíduos coletados são posteriormente separados e recebem a destinação correta.

Em 2014, o Projeto EcoEstilo superou a meta de aumentar a coleta de resíduos em 10% em relação ao ano anterior, alcançando a marca de 32% de evolução.

Embalagens coletadas no projeto Ecoestilo (toneladas)



Nesse ano, a Companhia concluiu a implantação do projeto de gestão sustentável de mobiliário e manequins, que visa reduzir o desperdício e atender as necessidades das lojas por esses equipamentos de maneira mais eficiente.

Para isso, o projeto se desenvolve em três frentes principais:

- Aprimoramento do *layout* interno das lojas: o modo de trabalho da equipe de arquitetura foi readequado, aprimorando o processo de *layout* interno das lojas em suas inaugurações ou reformas com o olhar do produto, simplificando os padrões e obtendo maior controle de despesas, permitindo a montagem da loja de forma mais ágil e simples e a visualização das coleções em todos os ângulos, melhorando a experiência de compra dos clientes.
- Reaproveitamento de mobiliário e manequim: o projeto promove a triagem do mobiliário e manequins de lojas em reforma e outras lojas da região, permitindo o reaproveitamento dos equipamentos em melhor estado.
- Gestão eficiente do descarte: foi criado um novo fluxo de coleta em que, após a triagem, os materiais a serem descartados são retirados direto na loja por empresas especializadas em dar a destinação correta ao resíduo. No modelo anterior, os materiais eram destinados primeiro ao Centro de Distribuição, exigindo maior deslocamento e espaço para acomodação. O novo fluxo permite ganhos logísticos e operacionais e, portanto, maior eficiência e economia.

Desde o início do projeto, em 2013, até dezembro de 2014, já foi apurada economia de mais de R\$ 10 milhões. Além disso, até julho de 2014, mais de 500 móveis foram reutilizados em quatro lojas.

Eficiência energética e emissões de gases de efeito estufa

G4-EN3 G4-EN4 G4-EN5 G4-EN6 G4-EN7 G4-EN15 G4-EN16 G4-EN17 G4-EN18 G4-EN19 G4-EN20 G4-EN27

A Renner busca promover melhorias de infraestrutura, processos e gestão para reduzir o consumo de energia em sua operação e, como consequência, as emissões de gases de efeito estufa.

As iniciativas de redução do consumo de energia nas lojas da Renner permitiram alcançar queda de 16,6% no consumo de energia por m².

Em 2014, foi realizada a troca de lâmpadas fluorescentes em 29 lojas, totalizando a substituição de 58 mil lâmpadas. Com essa medida, foi obtida uma redução de aproximadamente 15% no consumo de energia.

Consumo de energia (GJ) ¹	2012	2013	2014
Consumo de energia elétrica ²	460.854	499.620	582.458
Consumo de óleo diesel nos geradores	826,9	1.322,47	2.029,56
Total de consumo de energia direta + indireta	461.680,90	500.942,47	584.487,56
Percentual de energia renovável ³	3,28	13,68	19,97
Intensidade energética ⁴	–	0,8847	0,7380

¹ Considera dados das lojas da Renner, sede administrativa e Centros de Distribuição.

² A taxa de intensidade energética é de 0,8848 GJ/m² e o indicador começou a ser monitorado em 2013.

³ Sabendo que a energia no Brasil vem de diferentes fontes que se misturam na rede de distribuição, o percentual de energia de fonte renovável considerado pela Companhia é aquele comprado por meio do Mercado Livre de Energia, que atende atualmente 31 lojas.

⁴ A intensidade energética passou a ser monitorada em 2013.

Apesar da redução do consumo de energia por m², as emissões absolutas de gases de efeito estufa (GEEs) da empresa aumentaram no ano de 2014.

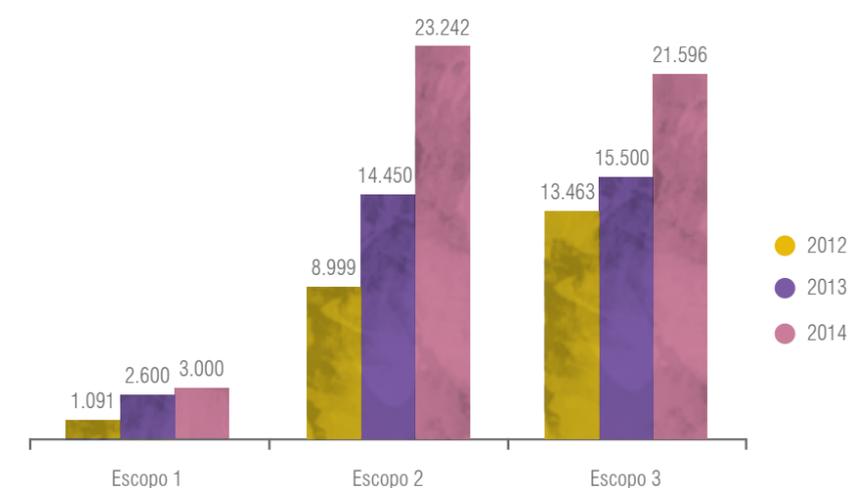
Os principais fatores que contribuíram para este crescimento foram o aumento no número de lojas, bem como a alteração no fator de emissão da matriz energética nacional, com maior participação de fontes não-renováveis.

Neste sentido, a empresa buscou aumentar a participação das fontes de energia renováveis no seu portfólio, adquirindo 32,3 milhões de kWh versus 18,9 milhões de kWh em 2013. Hoje, as fontes renováveis diretas adquiridas no mercado livre, a partir de projetos de PCH, representam 19,97% do consumo de energia da empresa.

O indicador de intensidade de carbono aumentou para 98 kg de CO₂ por m² de área de vendas frente os 75 kg de CO₂ por m² de 2013, e aparece como ponto de atenção a ser contemplado no plano de redução de emissões de GEEs.

Adicionalmente, nesse ano, a Companhia realizou a neutralização de 20% de suas emissões totais de Gases de Efeito Estufa (GEEs), ou seja, 6.511 tCO₂e, por meio do apoio a projetos de substituição do uso de combustíveis fósseis por biomassa renovável e de geração de energia elétrica em pequenas centrais hidrelétricas.

Emissões de Gases Efeito Estufa (tCO₂e)



Iniciativa desenvolvida em 2014

G4-2 G4-EC2

A Lojas Renner S.A., em 2014, iniciou um projeto de Avaliação de Riscos e Oportunidades relacionado às mudanças climáticas. Até o presente momento, o trabalho contemplou o mapeamento dos instrumentos existentes na Companhia relativos ao tema (Política de Sustentabilidade, Política de Governança, Riscos e *Compliance*, Matriz de Materialidade) e a realização de um *workshop* com participação do público interno de diferentes áreas da empresa. O objetivo do evento foi apresentar o tema e definir riscos e oportunidades identificados pelos participantes para o negócio da Companhia.

A segunda etapa do projeto será entregue em 2015, com a elaboração de um plano de gestão das emissões da Lojas Renner S.A., tendo como objetivos a melhoria do inventário, a redução das emissões e a definição de metas em um horizonte temporal predefinido. Ainda para o próximo ano está previsto um projeto-piloto de eficiência energética que será implantado em 50 lojas ao longo do ano e irá abranger tanto a iluminação quanto o sistema de refrigeração. Com esse projeto, estima-se uma redução de 23% no consumo de energia nessas lojas.



Adesão às boas práticas de gestão das emissões

G4-15

- Com o compromisso de entender, quantificar e gerir as emissões de gases de efeito estufa, há quatro anos, a Lojas Renner S.A. publica seu inventário na plataforma *online* do Programa Brasileiro GHG *Protocol*. Até então, o Inventário era qualificado como Prata pelo Programa e, em 2014, passou a ser Ouro, ou seja, além de cumprir todos os requisitos para o enquadramento na categoria prata (inventário completo), aprimorou a comunicação ao submetê-la à verificação por terceira parte independente.
- Em 2014, a Lojas Renner S.A. foi reconhecida pelo *Carbon Disclosure Project* (CDP) como uma das dez empresas Líderes em Transparência. O *ranking* é baseado na metodologia global de pontuação aplicada ao questionário “Mudanças Climáticas” do Projeto, que reúne dados e análises sobre as emissões de gases que provocam o efeito estufa, além de informações sobre como as companhias abordam o tema mudanças climáticas em sua gestão.
- Desde 2011, a Companhia é listada no Índice Carbono Eficiente (ICO₂) do BM&FBOVESPA, carteira composta por 31 companhias com ações no índice IBRX-50 e que adotam práticas transparentes com relação a suas emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE).



Construções sustentáveis

G4-EN27

Durante a construção ou reforma de suas lojas e de seus prédios, a Renner tem observado princípios de arquitetura, engenharia e gestão para minimizar o impacto ambiental da obra e para promover a maior eficiência durante sua operação.

Seguindo esse conceito, em outubro de 2014 entrou em operação no Riomar Shopping Fortaleza (CE), a primeira loja sustentável da Renner, que observa os princípios da certificação LEED.

A Renner está incorporando as boas práticas obtidas na certificação LEED a todos os projetos, por meio dos Memoriais Técnicos em cada disciplina. Assim, busca usar a certificação como aprendizado, com a intenção de se tornar uma empresa sustentável em essência.

A observação de conceitos de sustentabilidade na concepção do projeto permitiu alcançar os seguintes resultados na obra:

- Evitar a destinação de cerca de 75% de resíduos para aterro.
- Uso de 100% de adesivos, tintas, colas e pisos dentro dos limites de Compostos Orgânicos Voláteis (COV) estabelecidos pela certificação.
- Manutenção de boa qualidade do ar durante a obra.
- Consumo de água durante a operação inferior ao de uma loja tradicional e o de energia 35% mais baixo.
- No ano, também esteve em desenvolvimento a construção da nova sede da Companhia, em Porto Alegre (RS), que deve ser concluída em 2015. O projeto também observa os princípios para a certificação LEED.

A certificação LEED, criada pelo US Green Building Council, oferece parâmetros para estimular a construção de edifícios sustentáveis e certifica os empreendimentos em quatro diferentes categorias, de acordo com os critérios atendidos: Certificado, Prata, Ouro e Platina.

Saiba mais em: www.gbcbrasil.org.br/sobre-certificado.php

A Companhia iniciou, em 2014, o Projeto de Acessibilidade nas lojas de rua da Renner. O objetivo é garantir o atendimento à todas as exigências para acessibilidade de pessoas com deficiência em todas as lojas de rua, até 2016.

Investimentos em gestão ambiental

G4-EN27 G4-EN31

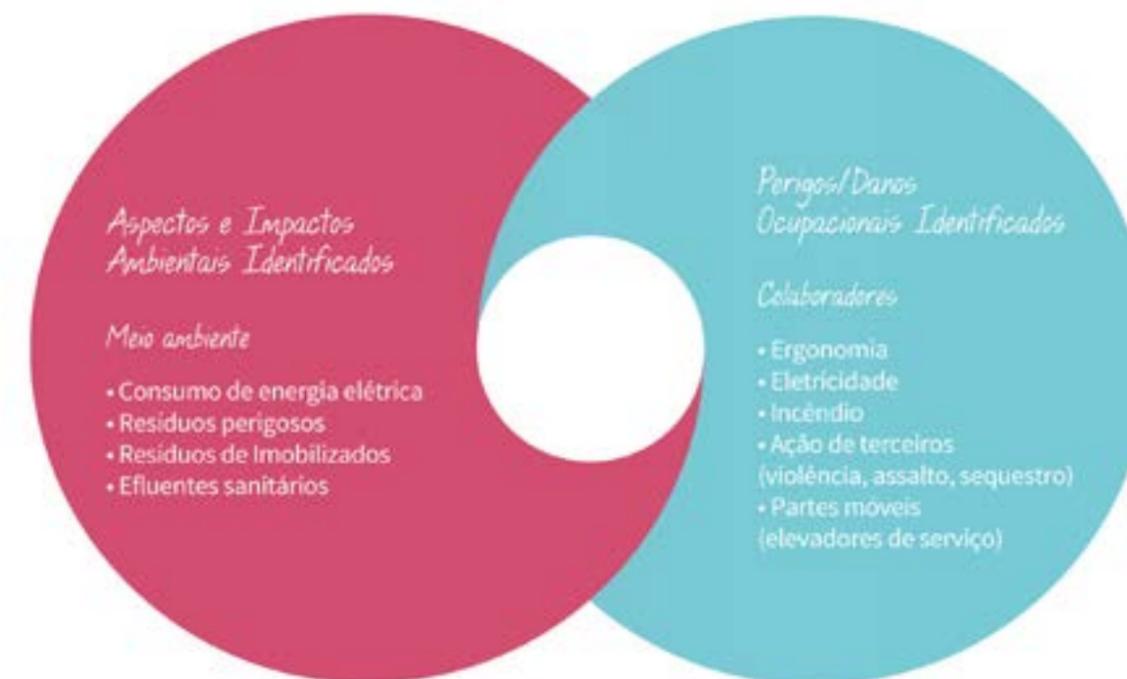
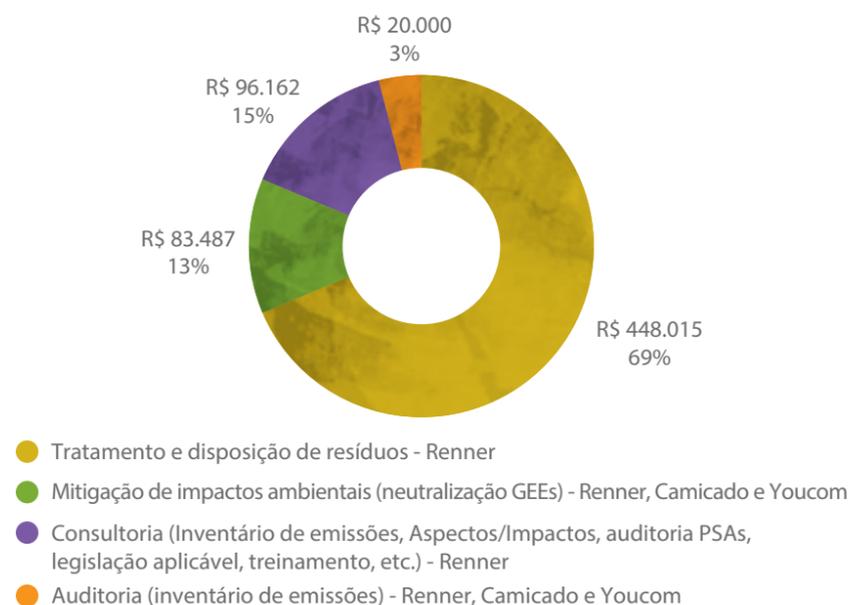
A Companhia investiu, em 2014, R\$ 648 mil em gestão ambiental, um aumento de 65,70% em relação ao ano anterior, com projetos voltados ao desenvolvimento sustentável de suas operações, bem como de sua cadeia de fornecimento. O custo da loja sustentável, se comparado à construção de uma loja de mesmo porte sem os padrões da certificação LEED, foi superior em 10%.

	2014	2013	VARIAÇÃO
1) Tratamento e disposição de resíduos – Renner	R\$ 448.015	R\$ 357.727	25,24%
2) Mitigação de impactos ambientais (neutralização GEEs) – Renner, Camicado e Youcom	R\$ 83.487	R\$ 14.064	493,60%
3) Consultoria (Inventário de emissões, Aspectos/Impactos, auditoria PSAs, legislação aplicável, treinamentos, etc.) – Renner	R\$ 96.162	R\$ 19.100	403,47%
4) Auditoria (inventário de emissões) – Renner, Camicado e Youcom	R\$ 20.000	–	–
TOTAL	R\$ 647.664	R\$ 390.891	65,70%

Em 2014, a Renner realizou a identificação e avaliação de aspectos e impactos ambientais e perigos e danos ocupacionais de sua operação, com base nos requisitos das Normas NBR ISO 14001:2004 e OHSAS 18001:2007.

O trabalho apresentou os principais aspectos das operações da Renner com potencial de causar impacto ambiental negativo, assim como os principais perigos à que estão expostos os colaboradores, que podem ocasionar acidentes de trabalho, nas atividades do negócio da empresa.

Investimentos em gestão ambiental em 2014



A partir desse resultado, foram propostos, na Renner, 40 procedimentos e instruções de trabalho, 35 ações de infraestrutura e dez ações de treinamento e conscientização para as áreas do negócio causadoras de impactos ambientais e sujeitas aos danos ocupacionais.



cap. 6

*Resultados
Alcançados
pela Operação*

Desempenho operacional

A Lojas Renner S.A. acredita que o fortalecimento contínuo de suas marcas e de seus diferenciais posicionam a Companhia em vantagem competitiva frente a operadores mais frágeis. Por isso, toma decisões olhando para a sustentação do crescimento no médio e longo prazo e, em 2014, pavimentou mais um passo nesse caminho: a expansão de lojas continuou no ritmo previsto e tudo que foi planejado foi executado de forma a perpetuar o negócio.

O bom resultado dessa percepção e trabalho para a perenidade e solidez do negócio foi evidenciado no ano, à medida que, mesmo em um cenário macroeconômico e de consumo desafiador - impactado com o período de jogos da Copa do Mundo de futebol e eleições presidenciais -, a Renner alcançou evolução nas receitas de vendas.

A Companhia acredita que parte destes resultados é consequência de uma série de iniciativas, que isoladamente podem não parecer relevantes, mas que quando combinadas e executadas de forma consistente, geram um importante diferencial competitivo e proporcionam um bom desempenho de vendas e ampliação das margens, mesmo que em um ambiente mais complexo.

Ao longo dos últimos anos, a Lojas Renner S.A. investiu em melhorias na experiência de compras, novos modelos de loja e visual merchandising e em diversas iniciativas para redução de filas e maior agilidade de atendimento.

E os resultados em vendas e nos ganhos de mercado conquistados são consequência desse posicionamento, que trouxe às lojas um maior fluxo de clientes: no ano foi registrado aumento de 3,8% no número de transações realizadas em lojas comparáveis da Renner, ao mesmo tempo em que a quantidade de peças por sacolas foi 1,9% superior.

O *ticket* médio da Renner também cresceu, alcançando R\$ 176,28, um crescimento de 7,8% sobre 2013. O preço médio cresceu 6,1% nos 12 meses, ficando abaixo da inflação do país, medida pelo IPCA/IBGE.

A produtividade das lojas, por sua vez, foi de R\$ 10,3 mil por m² nas lojas da Renner, 4,2% a mais que o apresentado em 2013, e, na Camicado, de R\$ 9 mil por m², sendo 0,7% acima do mesmo período do ano anterior.

A ampliação também se deu na área de vendas, que em 2014 teve a adição de 50,3 mil m², com um crescimento de 11,5% sobre 2013, se considerados os três modelos de lojas – Renner, Camicado e Youcom, que totalizaram 332 unidades.

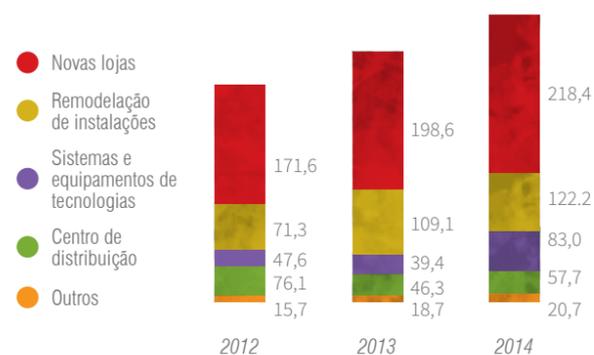
Investimentos

Para construir a Renner do futuro, com um modelo de negócio cada vez mais rentável, com estruturas sólidas e preparadas para uma maior competição, a empresa investe de forma consistente e, por isso, seu Capex chegou a R\$ 502,0 milhões em 2014, 21% a mais que no ano anterior, e pode chegar a R\$ 550,0, em 2015.

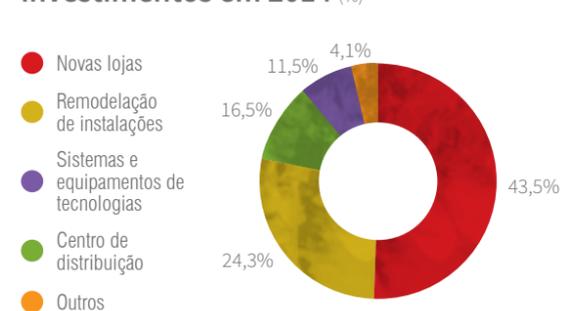
Esse montante inclui a abertura de 54 novas lojas, sendo 31 Renner, 13 Camicado e dez Youcom, bem como as 11 reformas e atualizações de lojas.

Abertura dos Investimentos

(R\$ milhões)



Distribuição dos investimentos em 2014 (%)



Desempenho econômico - financeiro

Receita Líquida das Vendas de Mercadorias

G4-9

No ano de 2014, a Receita Líquida das Vendas de Mercadorias foi de R\$ 4.642,6 milhões, o que representa um aumento de 18,6% sobre o desempenho de 2013, mesmo com alterações no cenário macroeconômico, combinadas com o período de jogos da Copa do Mundo de futebol e eleições presidenciais.

A elevação da receita foi obtida a partir da combinação de algumas iniciativas operacionais adotadas ao longo de 2014, bem como pela boa aceitação das coleções. Os efeitos positivos das mudanças no *mix* de produtos que foram implementados na Camicado também contribuíram com esse resultado.

Considerando o conceito de Vendas em Mesmas Lojas, o desempenho, em 2014, foi 11,1% maior em relação ao de 2013, um dos maiores resultados dentre os principais varejistas brasileiros.

Abertura da Receita Líquida por Modelo de Negócio



A Receita Líquida das vendas de Mercadorias da Lojas Renner S.A. superou os indicadores do PMC – Pesquisa Mensal do Comércio (3,4% em 2014) em todos os meses do ano e em todas as regiões do país.

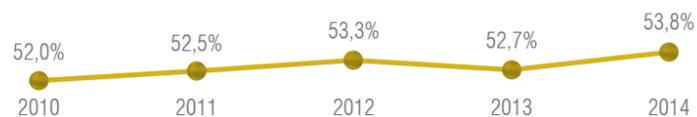
Custo das Mercadorias Vendidas

Em 2014, o Custo das Mercadorias Vendidas (CMV) alcançou R\$ 2.143,1 milhões, com aumento de 15,8% na comparação com o ano anterior e apresentou variação inferior à evolução da Receita Líquida, que foi de 18,6%.

Lucro Bruto da Operação de Varejo

O Lucro Bruto da Operação de Varejo foi de R\$ 2.499,5 milhões, com crescimento de 21,2% ante 2013. Como consequência, a Margem Bruta da Operação de Varejo foi de 53,8%, 1,1 p.p. superior à margem verificada no ano anterior.

Evolução da Margem Bruta da Operação de Varejo



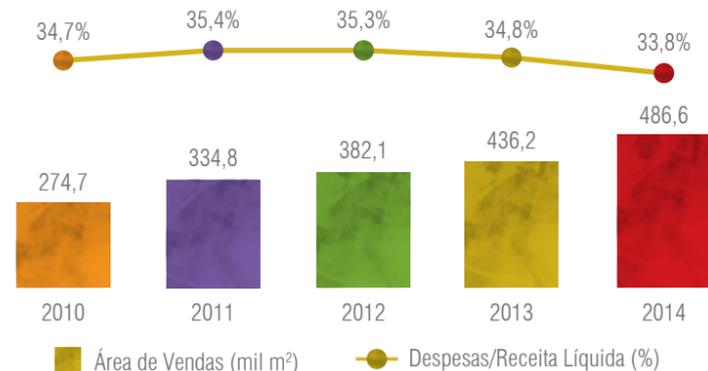
Esse aumento se deve, principalmente, ao eficiente gerenciamento dos estoques, à adaptação das coleções nas diferentes regiões - gerando menor nível de remarcações de preços (*markdown*) - e às melhores margens obtidas na Camicado.

Despesas Operacionais

As Despesas Operacionais, em 2014, somaram R\$ 1.569,7 milhões, 15,4% maior do que o registrado no ano anterior. Como percentual da Receita Líquida, as despesas representaram 33,8%, com redução de 1.0 p.p. em relação ao ano anterior. Esse resultado é consequência dos constantes esforços para racionalização e controle de custos da Companhia, principalmente se consideradas as aberturas de 54 novas lojas no período.

As Despesas Operacionais no ano foram de R\$ 3,2 mil por m², redução de 1,0% em relação ao ano anterior, fruto de constante trabalho de racionalização de despesas, que, em 2014, continuou sendo desenvolvido por meio do Projeto "+Simples".

Evolução das Despesas Operacionais



As Despesas com Vendas totalizaram R\$ 1.171,7 milhões, montante 13,8% superior aos R\$ 1.030,1 milhões verificados em 2013. A participação na Receita Líquida foi de 25,2%, o que representa melhora de 1,1 p.p. quando comparado com os 26,3% registrados no ano anterior.

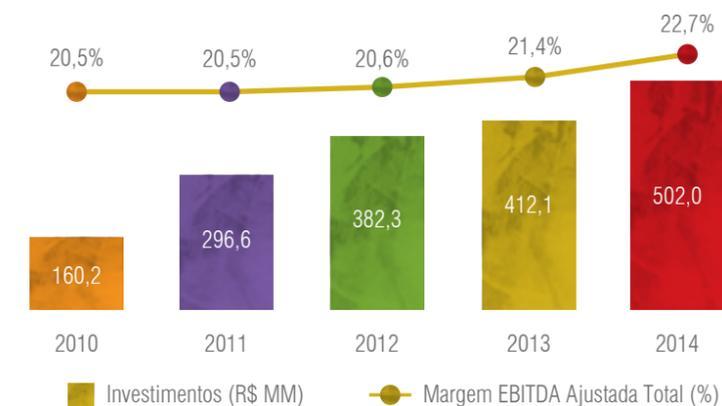
As Despesas Gerais e Administrativas alcançaram R\$ 398 milhões, ante R\$ 330,2 milhões em 2013, valor que correspondeu a 8,6% da Receita Líquida ante 8,4% de 2013 e incluiu os maiores custos logísticos incorridos para a melhor distribuição dos produtos em lojas e atendimento do maior volume de vendas no ano.

No exercício, a despesa com o Programa de Participação nos Resultados (PPR) totalizou R\$ 62,9 milhões ante os R\$ 34,0 milhões de 2013 e as Participações Estatutárias somaram R\$ 11,7 milhões comparados a R\$ 5,6 milhões em 2013. Esses crescimentos advêm da superação das metas previstas e ambas as despesas estão registradas na linha "Outros Resultados Operacionais".

EBITDA Ajustado do Varejo

A combinação entre crescimento da receita superior ao aumento dos custos totais e o rígido controle de despesa, resultou em um EBITDA Ajustado do Varejo de R\$ 835,6 milhões no ano. O desempenho foi 26,0% superior aos R\$ 663,3 milhões registrados em 2013 e fez com que a Margem EBITDA Ajustada do Varejo chegasse a 18,0% em 2014 ante 16,9% em 2013, com crescimento de 1,1 p.p.

Evolução da Margem EBITDA Ajustada Total



Resultado de Produtos Financeiros

Os Produtos Financeiros apresentaram resultado de R\$ 217,5 milhões, com evolução positiva de 25,1% em relação aos R\$ 173,9 milhões obtidos, em 2013, representando 20,7% do EBITDA Ajustado Total.

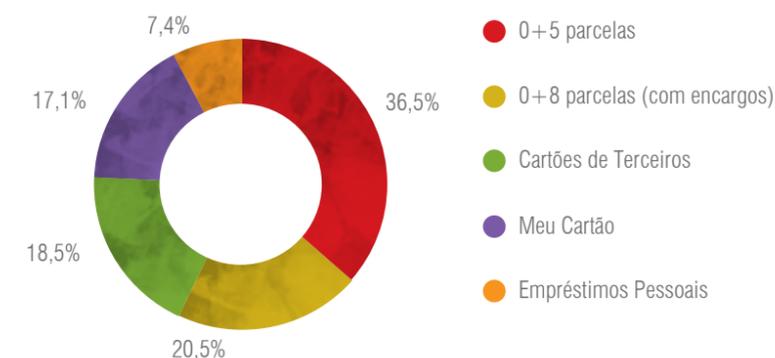
As Receitas Líquidas de *Funding* e Impostos cresceram 25,4% e atingiram R\$ 551,4 milhões no ano de 2014, refletindo as maiores contribuições do cartão *co-branded* "Meu Cartão" e do "Saque Rápido". Quanto ao *Private Label*, vale destacar que as receitas foram impactadas pela redução do prazo médio de recebimento e pelo aumento do custo de *funding*.

As Perdas em Créditos, Líquidas das Recuperações totalizaram, em 2014, R\$ 188,5 milhões, apresentando aumento conforme o esperado para o ano.

O crescimento de 32,3% refere-se, principalmente, ao processo de maturação do Cartão *co-branded*, assim como pelas maiores despesas com provisões e perdas do *Private Label*.

Os Cartões Renner somaram 24,3 milhões de plásticos ao final de 2014, e registraram participação de 49,7% nas vendas de mercadorias. No ano, as vendas sem encargos representaram 39,1% das vendas totais enquanto a opção de 0+8 parcelas com encargos financeiros alcançou 10,6%.

Abertura da Carteira de Recebíveis por Produto



Ticket médio do Cartão Renner (R\$)



Em 2014, o *ticket* médio do Cartão Renner foi de R\$ 176,28 e o da Companhia foi de R\$ 126,56, ante R\$ 163,57 e R\$ 117,31, respectivamente, em 2013.

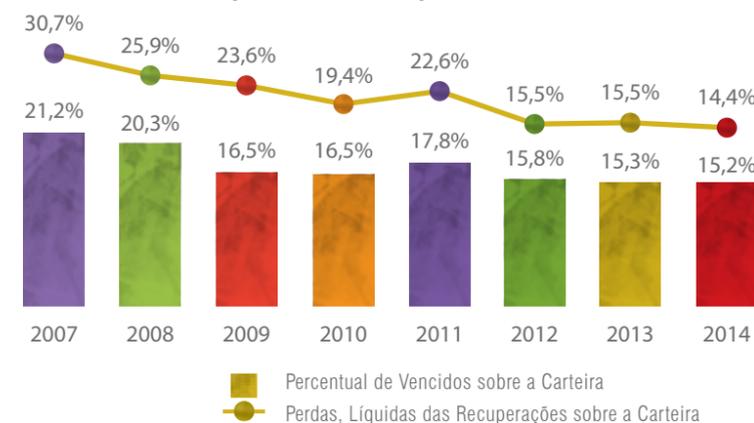
No Cartão Renner, as Perdas Líquidas das Recuperações foram de 9,7% sobre a carteira *versus* 9,1% em 2013. Esse leve aumento, deve-se principalmente ao crescimento dos níveis de atraso, pontuais do segundo trimestre do ano, bem como às provisões referentes ao maior volume de vendas do ano. Os atrasos representaram 12,0% da carteira, em linha com o percentual apresentado no ano anterior para uma carteira 13,5% maior.

Inadimplência do Cartão Renner



O Meu Cartão contava, em dezembro de 2014, com 1,3 milhão de cartões aptos, tendo a sua carteira alcançado a marca de R\$ 338 milhões, com crescimento de 92,8% em relação à de 2013, o que contribuiu com uma geração de receitas no ano, no valor total de R\$ 125,4 milhões, ante R\$ 54,4 milhões de 2013. As perdas líquidas sobre a carteira total do *co-brand*, em 2014, foram de 13,9%, ante 13,6% em 2013, mas ainda abaixo das médias de mercado para tal produto.

Inadimplência do Empréstimo Pessoal



Para o crédito pessoal, a carteira total do Saque Rápido atingiu, em dezembro de 2014, R\$ 168,9 milhões (R\$ 115,4 milhões se ajustados a valor presente), ante R\$ 142,4 milhões de dezembro de 2013. As Perdas do Saque Rápido, Líquidas das Recuperações, em 2014 foram de 14,4% ante 15,5% de 2013, ratificando a efetividade dos processos de concessão e políticas de crédito da Companhia.

As Despesas Operacionais de Produtos Financeiros diluíram-se, novamente, em 2014, chegando a R\$ 145,4 milhões. Essas despesas representaram 26,4% da Receita de Produtos Financeiros *versus* 28,1% no ano anterior.

EBITDA Ajustado Total: Varejo + Produtos Financeiros

O EBITDA Ajustado Total somou R\$ 1.053,1 milhões em 2014, evolução positiva de 25,8% quando comparada a 2013. A Margem EBITDA Ajustada Total foi de 22,7%, 1,3 p.p. acima do ano anterior, de 21,4%. A boa venda ao longo do ano, o rígido controle das despesas e os Produtos Financeiros contribuíram positivamente para tal resultado.

Se ajustados os efeitos não recorrentes de 2013 e de 2014, o crescimento da Margem EBITDA Ajustada Total teria sido de 2,0p.p.

Resultado Financeiro, Líquido

Em 2014, a Receita Financeira foi de R\$ 93,1 milhões enquanto que em 2013 haviam sido registrados R\$ 52,3 milhões, o que representa um crescimento de 77,8%. A variação é explicada pelo maior nível de caixa operado ao longo do ano, assim como pelos maiores rendimentos obtidos como consequência do aumento da taxa Selic no decorrer do exercício.

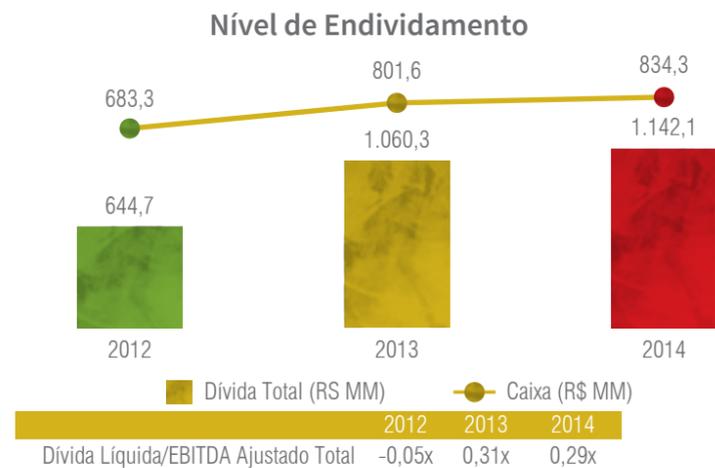
As Despesas Financeiras, por sua vez, totalizaram R\$ 187,0 milhões em 2014 ante R\$ 120,0 milhões em 2013, já incluindo as variações cambiais. O aumento das despesas financeiras é justificado tanto pelo nível mais alto das taxas de juros, como também pelos encargos financeiros de R\$ 13,3 milhões incorridos pela Companhia, decorrentes do pagamento de processos tributários, no âmbito do parcelamento da Lei 13.043/14 (Refis da Copa).

Com isso, o desempenho financeiro resultou em despesa líquida de R\$ 93,9 milhões, ante R\$ 67,7 milhões verificada, em 2013. Se excluídos os valores pagos no âmbito da Lei 13.043/14 comentados acima, a despesa líquida teria sido de R\$ 80,6 milhões.

Endividamento/Disponibilidades Líquidas

Em 31 de dezembro, o Caixa e Equivalentes de Caixa totalizavam R\$ 834,3 milhões, provenientes da operação e das últimas emissões de debêntures realizadas nos anos anteriores.

Os Empréstimos e Financiamentos atingiram R\$ 1.142,2 milhões, dos quais R\$ 1.068,4 milhões são referentes às emissões de debêntures, realizadas nos últimos três anos, R\$ 5,8 milhões de captação de recursos com o Banco do Nordeste, R\$ 40,1 milhões do Programa *ProDesign* com o BNDES, R\$ 26,3 milhões de capital de giro para a Camicado e R\$ 1,6 milhão de Outros.



Dessa forma, a Companhia totalizou, ao final de dezembro de 2014, R\$ 307,8 milhões de Endividamento Líquido, ante R\$ 258,7 milhões no encerramento de 2013.

As posições de financiamentos atreladas à operação de Produtos Financeiros, bem como aos financiamentos de importações e arrendamento mercantil, que totalizavam, em dezembro de 2014, R\$ 722,1 milhões, são tratadas como financiamentos operacionais e, portanto, são desconsideradas para fins de cálculo do endividamento líquido.

Lucro Líquido

O Lucro Líquido atingiu R\$ 471,4 milhões em 2014, com crescimento de 15,7%, e a Margem Líquida chegou a 10,2% (10,4% em 2013). O rígido controle das despesas e o bom resultado de Produtos Financeiros contribuíram para esse desempenho, não obstante as maiores despesas financeiras decorrentes da atual estrutura de capital, o maior nível de depreciação e o reconhecimento de montante relativo a processos tributários incluídos no programa de parcelamento da Lei 13.043/14 (Refis da Copa).

Se ajustados aos eventos não recorrentes de 2013 e de 2014, o Lucro Líquido teria aumentado em 28,6%, refletindo o bom desempenho operacional da Companhia e a Margem Líquida teria aumentado 0,8p.p.

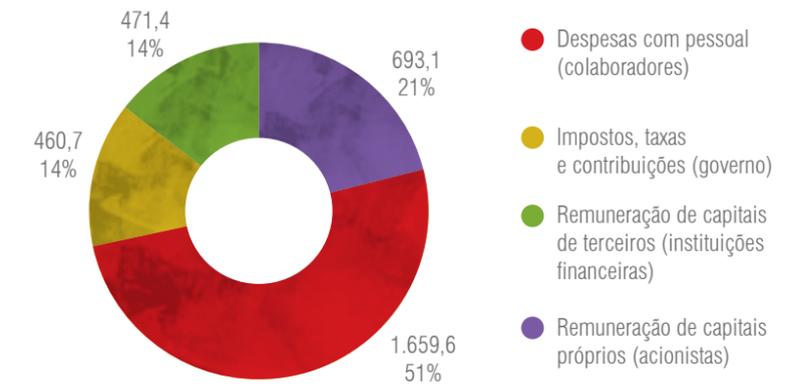
Valor Gerado e Distribuído

G4-EC1

O Valor Gerado e Distribuído evidencia a riqueza criada pela Companhia e sua distribuição aos agentes de sua cadeia de valor durante o período.

Em 2014, a Companhia distribuiu R\$ 3,3 bilhões, valor 25,5% acima do distribuído no ano anterior, destinado a:

Distribuição do Valor Adicionado (R\$ milhões)



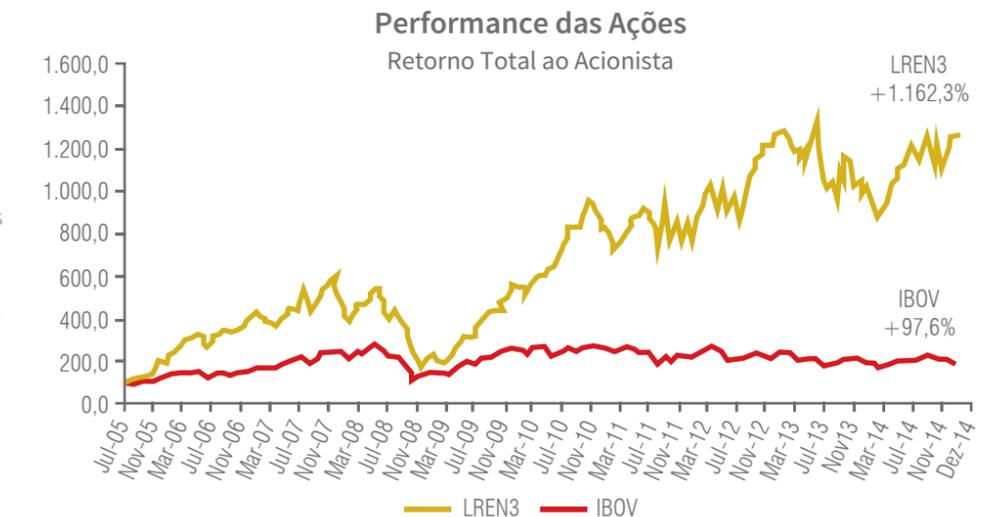
Mercado de capitais

No ano, as ações da Renner, negociadas na BM&FBOVESPA, sob o símbolo LREN3, tiveram valorização de 25,4%, *versus* a carteira teórica do Ibovespa que apresentou desvalorização de 2,91%. Em 2014, as ações foram negociadas em todos os pregões, totalizando 893,6 mil negócios, com 182,7 milhões de ações e um volume médio diário negociado de R\$ 48,9 milhões.

No período acumulado de nove anos, as ações LREN3, desde a Oferta Pública realizada em julho de 2005, geraram um Retorno Total ao Acionista de 1.162,3%.

Em 2014, foram creditados aos acionistas, R\$ 72,1 milhões sob a forma de Juros sob Capital Próprio ou R\$ 0,5702 por ação, os quais serão ainda complementados pelos dividendos anuais propostos de R\$ 116,7 milhões. Se aprovado na As-

sembleia Geral de 2015, a remuneração total de 2014 chegará a R\$ 188,8 milhões, equivalente a um *dividend yield* de 1,9% (considerado o preço da ação em 30 de dezembro de 2014) e um *pay out* de 40%. Tal proposta levou em conta a política de crescimento sustentado da Companhia e o seu plano de investimentos.



cap. 7

*Acompanhamento
de Metas*



META	PÚBLICO	DESEMPENHO 2014	COMPROMISSO 2015
Consolidar e aumentar o conhecimento do público jovem sobre a marca Youcom.	Acionistas e investidores	Atingida Houve um aumento de 1.685% de <i>likes</i> na base do Facebook, o que representa um reconhecimento significativo do público de interesse da Youcom - jovens entre 20 e 28 anos.	A meta permanece.
Publicar a Política de Governança, Riscos e <i>Compliance</i> , incluindo questões relacionadas à Lei Anticorrupção, após deliberação entre a Diretoria, o Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos e o Conselho de Administração da Companhia.	Acionistas e investidores	Parcialmente atingida A Política de Governança, Riscos e Conformidade encontra-se em fase de revisão final e será encaminhada para aprovação do Conselho de Administração. Os assuntos relacionados à Lei Anticorrupção foram estruturados pela Companhia em Política específica, já aprovada pelo Conselho.	Aprovar e publicar a Política de Governança, Riscos e Conformidade em abril de 2015.
Manter o índice de clientes satisfeitos e muito satisfeitos acima de 96% em 2014.	Clientes	Atingida Alcance de índice de clientes satisfeitos e muito satisfeitos de 96,4% em 2014.	Manter a meta de 96% em 2015.
Manter a meta de responder aos <i>tickets</i> no Fale Conosco no prazo máximo de 72 horas.	Clientes	Parcialmente atingida Cerca de 80% dos 209.800 <i>tickets</i> do período foram respondidos dentro do prazo.	Para o ano de 2015, a Renner buscará cada vez mais encantar os clientes, atendendo ao Fale Conosco com maior excelência e manterá seu compromisso de realizar os atendimentos em até 72 horas.
Avaliar o formato da capacitação dos gestores e colaboradores no tema diversidade.	Colaboradores	Atingida Foi desenvolvido o projeto Somar, que reuniu ações voltadas a gestores como cartilha e vídeo de orientação sobre o tema e palestras de sensibilização. Para os demais colaboradores foram elaborados vídeo e cartazes de sensibilização.	Desenvolver módulo de treinamento virtual sobre o tema, atingindo 100% dos colaboradores.

META	PÚBLICO	DESEMPENHO 2014	COMPROMISSO 2015
Implantar a terceira fase do projeto do Centro de Serviços Compartilhados (CSC) para consolidação dos processos de loja e realizar o planejamento da quarta fase para implantação em 2015.	Colaboradores	Atingida A terceira fase do projeto foi implantada com o tombamento do processo de tesourarias de lojas e de processos administrativos.	Implantar a quarta fase do projeto para maior absorção dos processos de loja e consolidação dos processos administrativos. Por meio de avaliação de oportunidades, acredita-se em uma quinta fase para implantação em 2016, a qual deve ser planejada durante esse exercício.
Abrir cinco Escolas de Costura até o fim de 2014.	Comunidade e organizações sociais	Atingida Foram realizadas 13 turmas de Escolas de Costura durante o ano de 2014.	Realizar 16 turmas de Escola de Costura.
Inserir 100% dos alunos do Projeto Pescar no mercado de trabalho, preferencialmente na Lojas Renner, ou motivá-los para o ingresso na universidade.	Comunidade e organizações sociais	Parcialmente atingida 56% dos jovens formados na turma de 2014 foram inseridos no mercado de trabalho e/ou estão cursando o ensino superior.	Inserir 100% dos alunos do Projeto Pescar no mercado de trabalho, preferencialmente na Lojas Renner S.A., ou motivá-los para o ingresso na universidade.
Lançar edital do Instituto Lojas Renner em março de 2014, com previsão de apoio a 12 projetos.	Comunidade e organizações sociais	Atingida 12 projetos aprovados no Edital 2014.	Aprovar 15 projetos por intermédio do Edital 2015.
Apoiar projetos para o desenvolvimento de comunidades por meio do Programa Rede Parceria Social, com foco em geração de renda para mulheres na terceira idade e na Comunidade Bom Jesus.	Comunidade e organizações sociais	Parcialmente atingida Foram lançados dois editais pelo Programa Rede Parceria Social (geração de renda para mulheres e terceira idade), porém, não foi iniciado o edital voltado para a comunidade Bom Jesus (entorno da sede administrativa). Pela Rede Parceria Social (em dois editais) foram selecionados 29 projetos, que terão sua execução iniciada em 2015.	Apoiar, por meio da Rede Parceria Social, os 29 projetos selecionados em 2014, com início previsto para janeiro de 2015. Lançar edital voltado para a Comunidade Bom Jesus.
Desenvolver fornecedores administrativos alternativos aos itens críticos para operação da Companhia a fim de contribuir para o equilíbrio da cadeia de fornecedores.	Fornecedores administrativos	Atingida Dos 41 fornecedores críticos identificados em janeiro de 2014, apenas um permanece sem concorrente homologado.	Garantir que 90% dos fornecedores classificados como Estratégicos e de Risco da Curva A tenham no mínimo um fornecedor concorrente homologado.
Ampliar o número de fornecedores administrativos avaliados (IDGF), passando de 71 para 100 fornecedores, de acordo com a Curva A do ano de 2013 e os riscos identificados.	Fornecedores administrativos	Parcialmente Atingida 114 fornecedores selecionados. 83 fornecedores participantes: seis fornecedores desclassificados e 25 fornecedores sem retorno da avaliação técnica e de responsabilidade social.	Realização de nova avaliação de fornecedores, de acordo com a Curva A de 2014 e fornecedores críticos.

META	PÚBLICO	DESEMPENHO 2014	COMPROMISSO 2015
Reduzir em 5% os custos das compras de materiais, equipamentos e serviços negociados pela Gestão de Fornecedores Administrativos (GFA).	Fornecedores administrativos	Atingida Redução de 13,4%.	Redução de 5%.
Iniciar, em, 2014 um piloto do Programa de Melhoria Contínua com auditorias nos fornecedores administrativos que apresentam baixo desempenho no IDGF.	Fornecedores administrativos	Atingida Elaboração de plano de ação para melhoria contínua com 41 fornecedores classificados como "Regular" e "Insatisfatório" no IDGF de 2014 e um fornecedor descontinuado.	1. Acompanhamento do plano de ação iniciado em 2014. 2. 35 fornecedores críticos selecionados para avaliação de Responsabilidade Social com solicitação de evidências. Dentre esses 35 fornecedores serão definidos alguns para auditoria <i>in loco</i> . 3. Elaboração e acompanhamento de plano de ação para os fornecedores classificados como "Regular" e "Insatisfatório", no IDGF de 2015.
Manter o monitoramento de desempenho do IDGF para 30 fornecedores de revenda nacionais e expandir esse controle e monitoramento elaborando o IDGF Internacional para os fornecedores de revenda importados e realizando o monitoramento de cinco fornecedores do exterior, que representam 80% em valor dos itens importados.	Fornecedores de revenda	Atingida Em 2014, 42 fornecedores foram monitorados pelo IDGF – 30 nacionais e 12 internacionais.	Ampliar o monitoramento do IDGF para 100% da cadeia de fornecedores nacionais e 100% fornecedores importados, com a automatização do índice.
Ampliar, para o ano de 2014, a atuação do Programa de Melhoria Contínua para dez fornecedores de revenda, com base no risco que estes representam para a Renner.	Fornecedores de revenda	Atingida Em 2014, dez empresas foram selecionadas a participar do Programa de Melhoria Contínua.	Realizar Programas de Melhoria Contínua, com foco em produtividade, em 35 fornecedores nacionais.
Ampliar a atuação da equipe técnica de São Paulo para fornecedores localizados no estado de Santa Catarina.	Fornecedores de revenda	Atingida Foi contratado técnico de auditoria em Santa Catarina para atuação nesse estado.	Estruturar equipe de Conformidade, para atuação frente a responsabilidade social da cadeia de fornecedores Renner, com gerência e colaboradores dedicados.
Manter a qualificação dos fornecedores de vestuário no Brasil e ampliar a atuação do Programa de Qualificação ABVTEX para fornecedores de calçados e acessórios.	Fornecedores de revenda	Atingida Em 2014 100% dos fornecedores e subcontratados de vestuário apresentaram a certificação ABVTEX, totalizando 165 fornecedores e 1.512 subcontratados. Em contrapartida, nesse ano foi iniciado o processo de certificação de fornecedores e subcontratados de calçados e acessórios e foram certificados, até dezembro de 2014, 63 fornecedores e 107 subcontratados.	Manter a certificação ABVTEX para 100% dos fornecedores e subcontratados de confecção do Brasil e qualificar 100% dos fornecedores e subcontratados de calçados e acessórios do Brasil na certificação ABVTEX.

META	PÚBLICO	DESEMPENHO 2014	COMPROMISSO 2015
Garantir que fornecedores isentos da auditoria de responsabilidade social da ABVTEX realizem auditoria de processo por empresa terceirizada com base em três critérios: volume de compra, nota obtida e data da última auditoria.	Fornecedores de revenda	Não atingida Em 2014 o foco de atuação foram os fornecedores de vestuário, calçados e acessórios.	Realizar visitas técnicas* em 100% dos subcontratados de confecção, com periodicidade de visitas reduzidas para subcontratados críticos, considerando a cadeia de subcontratados do dia 01/05/15.
Realizar visitas técnicas* com equipe própria da Renner em 100% dos subcontratados localizados no estado de São Paulo e em 240 subcontratados localizados nos demais estados do Brasil.	Fornecedores de revenda	Atingida Em 2014 foi realizada a totalidade das visitas técnicas* programadas em subcontratados.	Realizar visitas técnicas* em 100% dos subcontratados de confecção, com periodicidade de visitas reduzidas para subcontratados críticos, considerando a cadeia de subcontratados do dia 01/05/15.
NOVA META Realizar visitas técnicas* prévias antes da inclusão de novo subcontratado na cadeia de produção Renner de confecção.	Fornecedores de revenda		
NOVA META Realizar Programa de Sensibilização para 100% dos fornecedores de confecção sobre questões relativas à gestão da sustentabilidade.	Fornecedores de revenda		
Reestruturar o Programa de Gestão de Resíduos Sólidos.	Meio ambiente	Atingida O programa foi reestruturado para atender ao novo modelo logístico da companhia. A partir de 2014 todos os CDs recebem resíduos da logística reversa e dão o destino ambientalmente correto a eles.	Concluído
Acompanhar o programa de gestão de resíduos para as reformas de lojas.	Meio ambiente	Atingida O programa de gestão de resíduos nas obras está operando em todas as reformas.	Concluído
Reduzir as emissões do indicador de desempenho (emissões por m ² de área de venda) em 2%.	Meio ambiente	Não atingida Houve aumento de 30,66% em comparação ao ano anterior, decorrente do aumento das emissões de eletricidade comprada e consumida e de transporte e distribuição de produtos.	Reduzir as emissões em 5%, até 2020, tendo como base o inventário de 2011.

* Inclui também as visitas técnicas realizadas, mas que tiveram acesso negado.

META	PÚBLICO	DESEMPENHO 2014	COMPROMISSO 2015
Dar continuidade ao desenvolvimento do plano de gestão das emissões de GEEs.	Meio ambiente	Atingida Em 2014 foi realizada a primeira etapa da construção do plano de gestão das emissões. O trabalho contemplou o mapeamento dos instrumentos existentes na companhia relativos ao tema e <i>workshop</i> com a participação do público interno de diferentes áreas. Objetivo: apresentação do tema e definição dos riscos e das oportunidades que as diversas áreas identificaram no negócio.	Concluir o plano contemplando a melhoria do inventário, as reduções de emissões e a definição de metas em um horizonte temporal predefinido.
Manter o volume arrecadado em 2013 pelo Projeto EcoEstilo.	Meio ambiente e clientes	Atingida Foram 18,6 toneladas de embalagens coletadas em 2014, 18% a mais que no ano anterior.	Concluído
NOVA META A meta para 2015 é manter a porcentagem de 90% de reciclagem/reaproveitamento dos resíduos gerados, evitando o descarte em aterros.	Meio Ambiente		
NOVA META O projeto Sustentabilidade na Cadeia do Jeans, que atendeu três fornecedores em 2014, será ampliado para 100% dos fornecedores ativos de jeans.	Fornecedores de revenda		
Manter as ações de atualização de todos os colaboradores da Companhia sobre o Código de Ética e Conduta, revisto em 2013, por intermédio de treinamentos internos.	Colaboradores	Atingida Em 2014, 5.726 colaboradores fizeram o curso virtual sobre o Código de Ética e Conduta da Companhia, totalizando 2.863 horas de treinamento.	Concluído
Desenvolver a comunicação dos princípios e das diretrizes da Política de Sustentabilidade para os demais públicos de relacionamento com o objetivo de estabelecer ações, indicadores e metas.	Colaboradores, Clientes, Comunidade e Organizações sociais	Atingida As diretrizes de sustentabilidade da empresa foram disseminadas aos públicos estratégicos da empresa, por intermédio das diversas ações e dos programas realizados.	Manutenção de ações e de programas voltados a disseminar as diretrizes de sustentabilidade da Lojas Renner S.A.

META	PÚBLICO	DESEMPENHO 2014	COMPROMISSO 2015
NOVA META Desenvolver a Política de Partes Interessadas.	Acionistas e investidores, Colaboradores, Clientes, Fornecedores, Comunidade e Organizações sociais		
NOVA META Criar curso virtual sobre mudanças climáticas para público interno.	Colaboradores		
NOVA META Diminuir o custo das lojas, por m ² , na abertura e reformas de lojas	Acionistas e Investidores	Atingida economia de mais de R\$ 10 milhões com a compra assertiva para cada loja e ganhos na reutilização de mobiliário em abertura e reformas de lojas – diminuindo o valor investido.	Despender o seguinte valor em lojas, por m ² : Lojas > 1.700 m ² = R\$ 349,18/m ² Lojas < 1.700m ² = R\$ 396,10/m ²

Índice GRI

G4-32



Indicadores GRI	Localização do indicador ou resposta direta	Verificação externa?
Estratégia e Análise		
G4-1	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão sobre a relevância da sustentabilidade para a organização. Páginas 4 e 5	●
G4-2	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades. Páginas 33 a 43 e 64 a 73	●
Perfil Organizacional		
G4-3	Nome da organização. Página 10	
G4-4	Principais marcas, produtos e/ou serviços. Páginas 16 a 23	
G4-5	Localização da sede. Páginas 16 a 23	
G4-6	Número de países em que a organização opera. Páginas 16 a 23	
G4-7	Tipo e natureza jurídica da propriedade. Página 10	
G4-8	Mercados atendidos. Páginas 16 a 23	
G4-9	Porte da organização. Páginas 16 a 23, 48 e 91	●
G4-10	Perfil da força de trabalho. Páginas 48 e 49	●
G4-11	Percentual de empregados cobertos por negociação coletiva. 100%	●

● Indicador passou por verificação externa, conforme parecer da auditoria

Indicadores GRI	Localização do indicador ou resposta direta	Verificação externa?
G4-12	Descrição da cadeia de fornecedores da Companhia. Páginas 64 e 65	●
G4-13	Principais mudanças na estrutura da Companhia durante o período coberto. Página 13	●
Compromissos com iniciativas externas		
G4-14	Explicação de se e como a organização aplica o princípio de precaução. Não há adesão formal ao princípio da precaução, porém a Companhia promove uma gestão preventiva dos riscos socioambientais, conforme apresentado nos capítulos DNA de encantamento, Relacionamento na Cadeia de Fornecedores e Gestão ambiental	●
G4-15	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa. Páginas 32, 57 e 83	●
G4-16	Participação significativa em associações e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa em que a organização: possui assento em grupos responsáveis pela governança corporativa; integra projetos ou comitês; contribui com recursos de monta além da taxa básica como organização associada. Instituto para o Desenvolvimento do Varejo (IDV), Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), Associação Brasileira das Companhias Abertas (Abrasca), Câmara Americana de Comércio (AMCHAM) e Coordenadoria Regional de Assistência Social (CORAS) de Porto Alegre	●
Aspectos Materiais Identificados e Limites		
G4-17	Lista de entidades incluídas nas demonstrações financeiras. A abrangência das subsidiárias consideradas nesta publicação é explicada no capítulo Sobre o relatório. A lista completa das empresas está disponível no item 3.17 na página 29 das demonstrações financeiras, disponíveis em: http://goo.gl/u09VCY	●
G4-18	Processo para definição do conteúdo e limite do relatório. Páginas 10 e 11	●
G4-19	Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo. Páginas 10 e 11	●
G4-20	Limite de cada aspecto material para a organização. Páginas 10 e 11	●
G4-21	Limite de cada aspecto material fora da organização. Páginas 10 e 11	●
G4-22	Explicação das consequências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores. Não houve reformulação de informações de relatórios anteriores	●
G4-23	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere a escopo e limite dos aspectos abordados. Não houve mudança de escopo e limite dos aspectos reportados em relação ao relatório anterior	●

● Indicador passou por verificação externa, conforme parecer da auditoria

Indicadores GRI	Localização do indicador ou resposta direta	Verificação externa?
Engajamento de Stakeholders		
G4-24	Lista de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	Páginas 10 e 11
G4-25	Base usada para identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento	Páginas 10 e 11
G4-26	Abordagem adotada pela Companhia para engajar <i>stakeholders</i> e frequência do engajamento	●
G4-27	Principais tópicos levantados durante o engajamento de <i>stakeholders</i> e medidas adotadas pela Companhia para abordá-los	●
Perfil do Relatório		
G4-28	Período coberto pelo relatório	Página 10
G4-29	Data do relatório anterior mais recente	2013
G4-30	Ciclo de emissão dos relatórios	Anual
G4-31	Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório	Essencial
G4-32	Opção de aplicação das diretrizes (essencial ou abrangente) índice GRI e verificação externa	Páginas 106 a 115
G4-33	Descrição da política e prática adotadas para verificação externa dos dados	Páginas 116 a 117
Governança		
Estrutura de governança e sua composição		
G4-34	Estrutura de governança, incluindo comitês	Páginas 28 e 29
7. Ética e Integridade		
G4-56	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética	Páginas 6, 27, 31 e 32
G4-57	Mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação, como canais de relacionamento	●

● Indicador passou por verificação externa, conforme parecer da auditoria

Indicadores GRI	Localização do indicador ou resposta direta	Verificação externa?
G4-58	Mecanismos internos e externos adotados pela organização para comunicar preocupações em torno de comportamentos não éticos ou incompatíveis com a legislação e questões relacionadas à integridade organizacional, como encaminhamento de preocupações pelas vias hierárquicas, mecanismos para denúncias de irregularidades ou canais de denúncias	Página 32
Desempenho Econômico		
Informações sobre a forma de gestão econômica		
Aspecto		
Desempenho econômico		
G4-EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído	Página 97
G4-EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização devido a mudanças climáticas	Páginas 82,83 e 86
G4-EC4	Ajuda financeira recebida do governo	A Lojas Renner apresentou uma exclusão da base da apuração do IR e CSL de R\$ 10.541.712,33, referente a Lei nº 11.196/2005. Essa base gerou um benefício fiscal de R\$ 3.584.182,20
Aspecto		
Presença no mercado		
G4-EC5	Varição da proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local em unidades operacionais importantes	Página 53
Aspecto		
Impactos econômicos indiretos		
G4-EC7	Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos	Páginas 57 a 61 e 66 a 69
G4-EC8	Impactos econômicos indiretos significativos, incluindo a extensão dos impactos	Páginas 57 a 61
Aspecto		
Práticas de compra		
G4-EC9	Proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes	Página 65
Ambiental		
Informações sobre a forma de gestão ambiental		
Aspecto		
Energia		
G4-EN3	Consumo de energia dentro da organização	Página 80
G4-EN4	Consumo de energia fora da organização	Página 80

● Indicador passou por verificação externa, conforme parecer da auditoria

Indicadores GRI		Localização do indicador ou resposta direta	Verificação externa?
G4-EN5	Intensidade energética	Página 80	●
G4-EN6	Redução do consumo de energia	Página 80	●
G4-EN7	Reduções nos requisitos de energia relacionados a produtos e serviços	Página 80	●
Aspecto	Emissões		
G4-EN15	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	Página 81	●
G4-EN16	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia (Escopo 2)	Página 81	●
G4-EN17	Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 3)	Página 81	●
G4-EN18	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 81	●
G4-EN19	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 81	●
G4-EN20	Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO)	Página 81	●
Aspecto	Efluentes e resíduos		
G4-EN23	Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição	Página 77	●
G4-EN24	Número total e volume de vazamentos significativos	Não houve vazamento significativo na operação da Companhia em 2014	●
G4-EN25	Peso de resíduos transportados, importados, exportados ou tratados considerados perigosos nos termos da convenção da Basileia, anexos I, II, III e VIII, e percentual de resíduos transportados internacionalmente	Página 77	●
G4-EN26	Identificação, tamanho, status de proteção e valor da biodiversidade de corpos d'água e habitats relacionados significativamente afetados por descartes e drenagem de água realizados pela organização	As atividades da Lojas Renner não impactam diretamente habitats e a biodiversidade, já que não envolvem processo produtivo industrial e, portanto não há descarte de efluentes	●

● Indicador passou por verificação externa, conforme parecer da auditoria

Indicadores GRI		Localização do indicador ou resposta direta	Verificação externa?
Aspecto	Produtos e serviços		
G4-EN27	Extensão da mitigação de impactos ambientais de produtos e serviços	Páginas 76 a 87	●
Aspecto	Geral		
G4-EN31	Total de investimentos e gastos em proteção ambiental, por tipo	Páginas 85 e 86	●
Aspecto	Avaliação ambiental de fornecedores		
G4-EN32	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	Página 67	●
G4-EN33	Impactos ambientais negativos significativos reais e potenciais na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	Páginas 66 a 69 e 73	●
Social: Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente	Informações sobre a forma de gestão social		
Aspecto	Emprego		
G4-LA1	Total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade por faixa etária, gênero e região	Página 49	●
G4-LA2	Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações	A Lojas Renner oferece benefícios a seus colaboradores, alinhada às práticas de mercado, como apresentado no item Remuneração e Benefícios no relatório anterior: http://goo.gl/u09VCY	●
Aspecto	Relações trabalhistas		
G4-LA4	Prazo mínimo de notificação sobre mudanças operacionais e se elas são especificadas em acordos de negociação coletiva	Não há prazo definido em negociação coletiva, embora a Companhia mantenha um diálogo contínuo com seus colaboradores, informando-os com antecedência sobre possíveis mudanças significativas	●

● Indicador passou por verificação externa, conforme parecer da auditoria

Indicadores GRI	Localização do indicador ou resposta direta	Verificação externa?
Aspecto	Igualdade de remuneração entre mulheres e homens	
G4-LA13	Razão matemática do salário e remuneração entre mulheres e homens, discriminada por categoria funcional e unidades operacionais relevantes	Página 53 ●
Aspecto	Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas	
G4-LA14	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a práticas trabalhistas	Páginas 64 e 67 ●
G4-LA15	Impactos negativos significativos reais e potenciais para as práticas trabalhistas na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	Páginas 64 a 73 ●
Aspecto	Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas	
G4-LA16	Número de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal	Foram registradas, ainda, 55 ações judiciais relacionadas a práticas trabalhistas em sua operação, das quais 10 foram solucionadas e favoráveis à Companhia e outras 45 aguardam decisão, e três casos administrativos, pendentes de solução. ●
Social: Direitos Humanos	Informações sobre a forma de gestão social	
Aspecto	Investimentos	
G4-HR1	Percentual e número total de contratos de investimentos significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos	Páginas 64 e 67 ●
G4-HR2	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	Página 31 ●
Aspecto	Não discriminação	
G4-HR3	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas	Página 32 ●

● Indicador passou por verificação externa, conforme parecer da auditoria

Indicadores GRI	Localização do indicador ou resposta direta	Verificação externa?
Aspecto	Liberdade de associação e negociação coletiva	
G4-HR4	Operações identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva possa estar correndo risco significativo e quais as medidas tomadas para apoiar esse direito	Páginas 64 a 73 ●
Aspecto	Trabalho infantil	
G4-HR5	Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil	Páginas 64 a 73 ●
Aspecto	Trabalho forçado ou análogo ao escravo	
G4-HR6	Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo	Página 64 a 73 ●
Aspecto	Práticas de segurança	
G4-HR7	Porcentagem do pessoal de segurança submetido a treinamento nas políticas ou procedimentos da organização relativos a aspectos de direitos humanos que sejam relevantes às operações	Página 31 ●
Aspecto	Avaliação	
G4-HR9	Número total e percentual de operações submetidas a análises ou avaliações de direitos humanos de impactos relacionados a direitos humanos	Páginas 64 e 67 ●
Aspecto	Avaliação de fornecedores em direitos humanos	
G4-HR10	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a direitos humanos	Páginas 64 e 67 ●
G4-HR11	Impactos negativos significativos reais e potenciais em direitos humanos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	Páginas 64 a 73 ●

● Indicador passou por verificação externa, conforme parecer da auditoria

Indicadores GRI		Localização do indicador ou resposta direta	Verificação externa?
Aspecto	Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a direitos humanos		
G4-HR12	Número de queixas e reclamações relacionadas a direitos humanos registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal	Página 32	●
Social: Sociedade		Informações sobre a forma de gestão social	
Aspecto	Comunidades locais		
G4-S01	Percentual de operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local	Páginas 57 a 61	●
G4-S02	Operações com impactos negativos significativos reais e potenciais nas comunidades locais	Páginas 57 a 61	●
Aspecto	Combate à corrupção		
G4-S03	Percentual e número total de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção e aos riscos significativos identificados	Em 2014, em cumprimento à Lei Anticorrupção que entrou em vigor em janeiro, a Companhia avaliou seus contratos com fornecedores e prestadores de serviços das áreas de negócios com potencial de riscos e identificou potencialidade de exposição de 41%. Desse total, exigiu a assinatura de Termo de Compromisso que expressa claramente que a Lojas Renner e suas controladas não compactuam com qualquer ato de corrupção e que tal premissa deve ser seguida por todos os seus parceiros de negócios	●
G4-S04	Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Página 31	●
G4-S05	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Não foram identificados casos de corrupção nas operações da Companhia em 2014	●

● Indicador passou por verificação externa, conforme parecer da auditoria

Indicadores GRI		Localização do indicador ou resposta direta	Verificação externa?
Aspecto	Políticas públicas		
G4-S06	Valor total de contribuições financeiras para partidos políticos e políticos discriminadas por país e destinatário/beneficiário	A Lojas Renner S.A. não efetuou nenhuma contribuição a partido político no exercício de 2014	●
Aspecto	Concorrência desleal		
G4-S07	Número total de ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio e seus resultados	A Companhia não sofreu ações judiciais por concorrência desleal, prática de truste nem monopólio	●
Aspecto	Avaliação de fornecedores em impactos na sociedade		
G4-S09	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a impactos na sociedade	Páginas 64 e 67	●
G4-S010	Impactos negativos significativos reais e potenciais na cadeia de fornecedores na sociedade e medidas tomadas a esse respeito	Páginas 64 a 73	●
Aspecto	Mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a impactos na sociedade		
G4-S011	Número de queixas e reclamações relacionadas a impactos na sociedade registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal	Não houve registro de nenhuma reclamação nesse sentido em 2014	●

● Indicador passou por verificação externa, conforme parecer da auditoria

Parecer da Auditoria

G4-32 G4-33

LOJAS RENNER S.A.



youCOM



Relatório de Asseguração Limitada dos Auditores Independentes sobre as informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2014

Aos Administradores e Acionistas

Lojas Renner S.A.

Porto Alegre - RS

Introdução

Fomos contratados pela Lojas Renner S.A. (“a Companhia”) para apresentar nosso relatório de asseguração limitada sobre a compilação e adequada apresentação das informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2014 da Lojas Renner S.A., relativas ao exercício findo em 31 de dezembro de 2014.

Responsabilidades da administração sobre o Relatório Anual 2014

A administração da Companhia é responsável pela compilação e adequada apresentação das informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2014 de acordo com as diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI-G4) e pelos controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorções relevantes, independentemente se causadas por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre a compilação e adequada apresentação das informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2014, com base no trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com NBC TO 3000 - “Trabalhos de Asseguração Diferente de Auditoria e Revisão”, emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade (“CFC”), que é equivalente à norma internacional ISAE 3000 - *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida pelo *International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB).

Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, incluindo requisitos de independência, e que o trabalho seja executado com o objetivo de se obter segurança limitada de que as informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2014, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguração limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 e a ISAE 3000 consiste, principalmente, de indagações à administração e outros profissionais da Companhia envolvidos na elaboração das informações de sustentabilidade, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para se obter evidência que possibilite concluir na forma de asseguração limitada sobre as informações 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 de sustentabilidade, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação e apresentação das informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2014, de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas onde distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

- (a) o planejamento dos trabalhos, considerando a relevância, o volume de informações quantitativas e qualitativas e os sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração das informações de sustentabilidade constantes do Relatório Anual 2014 da Companhia;
- (b) o 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;
- (c) aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados nas informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2014;
- (d) Obtenção de evidências dos indicadores do GRI - G4, selecionados como os mais relevantes (materiais), contidos no Relatório Anual 2014, e apresentados no “Índice GRI”;
- (e) confronto dos indicadores de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ou registros contábeis.

Os trabalhos de asseguração limitada compreenderam, também, a aplicação de procedimentos quanto à aderência com as diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI-G4) aplicáveis na elaboração das informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2014.

Acreditamos que a evidência obtida em nosso trabalho é suficiente e apropriada 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, que tem por objetivo emitir uma opinião sobre a compilação e adequada apresentação das informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2014. Consequentemente, não nos foi possível obter segurança razoável 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 com o objetivo de emitir uma opinião, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2014. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

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 materialida-

de, relevância e precisão dos dados estão sujeitas a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os exercícios anteriores, nem em relação a projeções futuras e metas.

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações de sustentabilidade contidas no Relatório Anual 2014 da Lojas Renner S.A. não tenham sido compiladas e adequadamente apresentadas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com as diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI-G4).

Porto Alegre, 29 de abril de 2015.

PricewaterhouseCoopers

Auditores Independentes

2SP000160/O-5 “F” RS

Carlos Biedermann

Contador CRC 1RS029321/O-4



Créditos

Coordenação

Diretoria de Recursos Humanos | Gerência de Sustentabilidade

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

*Consultoria de conteúdo, GRI,
revisão de texto e diagramação*

RICCA RI

Ilustrações e arte

Canhotório Arte Aplicada

Fotos

K3 | Produtora Criativa,
por André Cavaleiro

Informações Corporativas

Sede

Lojas Renner S.A.

Avenida Joaquim Porto Villanova, 401

Porto Alegre (RS) – CEP: 91410-400

Tel.: +55 (51) 2121-7044

Fax: +55 (51) 2121-7121

E-mail: ri_lojasrenner@lojasrenner.com.br

Site: www.lojasrenner.com.br

Sugestões, dúvidas e comentários sobre este relatório:

Lojas Renner S.A.

Gerência de Sustentabilidade

Avenida Joaquim Porto Villanova, 401

Porto Alegre (RS) – CEP: 91410-400

Tel.: +55 (51) 3272-2577

Fax: +55 (51) 2121-7266

E-mail: relatorio@lojasrenner.com.br



LOJAS RENNER S.A.

 RENNER

youcom

 CAMADO