

LOJAS RENNER S.A



CAMICADO youcom realize

2017

RELATÓRIO

**ANUAL**



# ÍNDICE

## PANORAMA GERAL: QUEM SOMOS E COMO GERAMOS VALOR

03	INTRODUÇÃO
06	MENSAGEM DA ADMINISTRAÇÃO
09	DESTAQUES 2017
12	QUEM SOMOS
34	CENÁRIO DE ATUAÇÃO
43	CICLO ESTRATÉGICO DE DESENVOLVIMENTO
53	MODA RESPONSÁVEL
68	COMO GERAMOS VALOR

## MODA RESPONSÁVEL: NOSSA ATUAÇÃO EM DETALHES

COMPROMISSOS ENDOSSADOS	72
FORNECEDORES RESPONSÁVEIS	75
GESTÃO ECOEFICIENTE	88
ENGAJAMENTO	96
PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS	114
ACOMPANHAMENTO DE METAS	122
SOBRE ESTE RELATÓRIO	127
ÍNDICE DE CONTEÚDO GRI	130
PARECER DA AUDITORIA	140
PARA SABER MAIS	141
CRÉDITOS	142



# INTRODUÇÃO

## CARO *LEITOR*

**E**ste é o Relatório Anual 2017 da Lojas Renner S.A., que reafirma o compromisso da Companhia com a transparência e o diálogo aberto com todos os nossos públicos.

Nele você encontrará informações relevantes e detalhadas sobre o perfil e a estratégia da Companhia para a sustentação do negócio e geração de valor para a sociedade, assim como sobre os princípios e valores que guiam nossa atuação e desempenho em sustentabilidade.

# COMO LER ESTE RELATÓRIO

ESTE RELATÓRIO É COMPOSTO POR DUAS PARTES:

## 1 | Panorama geral: quem somos e como geramos valor

Informações relevantes sobre o perfil da Companhia e nossa estratégia para a geração de valor.

*Da página 03 até a 69.*

## 2 | Moda Responsável: nossa atuação em detalhes.

Informações e indicadores detalhados sobre os temas relevantes para o negócio.

*Da página 70 até a 142.*



## TRANSPARÊNCIA E CONFIABILIDADE

GRI 102-56

**A**s informações deste relatório são asseguradas pela KPMG, empresa independente que atesta a veracidade dos dados.



### **FIQUE ATENTO!**

AO LONGO DO CONTEÚDO, SEMPRE QUE USARMOS OS TERMOS "LOJAS RENNER S.A." OU "COMPANHIA", NOS REFERIMOS A LOJAS RENNER (RENNER) E SUAS SOCIEDADES CONTROLADAS: CAMICADO, YOUCOM E REALIZE.

QUANDO NOS REFERIMOS ESPECIFICAMENTE A UM DOS NEGÓCIOS, USAMOS OS TERMOS RENNER, CAMICADO, YOUCOM E REALIZE OU, AINDA, A EXPRESSÃO EMPRESA.

## MELHORES PRÁTICAS ADOTADAS

**E**sta publicação se baseia em *Standards* internacionalmente reconhecidos, Global Reporting Initiative e Relato Integrado <IR>, que fornecem orientações e determinam padrões e boas práticas para a comunicação empresarial.

Ao longo do conteúdo, quando as informações abordadas atenderem aos indicadores GRI, você verá o seguinte símbolo, indicando à qual indicador se refere: **GRI XX-X**

Ao final do material, também poderá acessar um **índice remissivo dos indicadores GRI** para localizar especificamente o indicador que estiver buscando.

Quando as informações abordadas forem referentes aos capitais do nosso negócio, em linha com as diretrizes do relato integrado, você verá os seguintes símbolos:



FINANCEIRO



NATURAL



MANUFATURADO



HUMANO



SOCIAL E DE  
RELACIONAMENTO



INTELECTUAL



## PARA SABER MAIS

Ao longo da publicação, direcionamos o leitor a outras publicações da Companhia que podem trazer mais detalhes, como as Demonstrações Financeiras (DF) e o Formulário de Referência (FR)\*.

*\*O FR publicado na época de lançamento deste relatório aborda o ano de 2016, já que o FR 2017 será lançado somente no final de maio.*

# MENSAGEM

## da Administração

GRI 102-14

*Acreditamos que a sustentabilidade é um valor indissociável do negócio, de sua estratégia e desempenho. Por isso, a mensagem a seguir é publicada com o mesmo conteúdo tanto neste Relatório como nas Demonstrações Financeiras de 2017, os dois documentos em que, anualmente, o Presidente do Conselho de Administração e o nosso Diretor Presidente levam uma mensagem a nossos stakeholders.*

*A exceção se dá pela inclusão, no texto em destaque na mensagem deste relatório, da declaração de nosso apoio contínuo ao Pacto Global, já que esta publicação também comunica à Organização das Nações Unidas (ONU) nosso progresso em relação aos compromissos assumidos ao longo do ano.*

**E**m 2017, nosso modelo de negócio provou-se resiliente. Em um ano de muitos desafios no cenário econômico brasileiro, retomamos o crescimento e aumentamos nossos investimentos ainda mais. A força que nos move é, sem dúvida, a paixão pelo que fazemos. Temos brilho nos olhos, vontade de fazer mais e um inconformismo que nos faz avançar.

A proximidade com os clientes, o conhecimento sobre moda e o conjunto de práticas diárias com foco na simplicidade dos processos e voltadas à eficiência operacional é que nos levou a aproveitar as oportunidades que surgiram para expandirmos, com a abertura de 70 lojas no ano.

Também concluímos projetos importantes que nos permitirão avançar e garantir nossa competitividade no futuro. Em 2017, finalizamos uma etapa importante em investimentos de infraestrutura e, agora, temos

uma plataforma tecnológica moderna e atualizada, que servirá como alicerce para integrar a experiência de compra em todos os canais.

Começamos essa trajetória com a construção de novos Centros de Distribuição, os quais nos permitiram operar um novo modelo logístico. Em seguida, evoluímos com a atualização total dos ERPs da Companhia e, no ano que passou, concluímos a modernização das plataformas de *e-commerce* e de produtos financeiros, que estão prontas para oferecer novas funcionalidades e serviços, em linha com as principais referências mundiais.

Todas essas iniciativas também nos permitirão ter uma maior acuracidade e controle dos estoques, promovendo ganhos de produtividade, maior uso de novas tecnologias e, por consequência, melhorar a experiência de compras de nossos clientes. Entendemos, ainda, que esse processo de atualização foi o passo fundamental para podermos

oferecer uma experiência multicanal, alavancada pelo uso de dados, o que aumentará significativamente nossa proximidade com os clientes.

Ainda em 2017, mereceu destaque a entrada em operação da Realize CFI, nossa Instituição Financeira, que apoiará o negócio *core* de varejo. Através da Realize CFI, passamos a ter mais agilidade e flexibilidade para a gestão do braço financeiro, podendo, inclusive, oferecer novas funcionalidades e serviços aos clientes dos Cartões, gerando maior relacionamento e interatividade com a marca Renner. Na parte de infraestrutura, também concluímos a troca da plataforma de produtos financeiros, por uma mais moderna e flexível, que nos permite uma conexão mais ágil com sistemas internos e externos. Ainda, digitalizamos os processos de concessão e recuperação de crédito, trazendo mais facilidade e agilidade para nossos clientes.

Outro fato marcante de 2017 foi a inauguração das primeiras lojas da Renner fora do Brasil. A partir de setembro, lançamos nossa marca no Uruguai e já contamos com três unidades em operação. Esse foi um passo fundamental para testarmos nosso modelo de negócio fora do País e consolidar a infraestrutura

tecnológica e de processos. Até agora, as perspectivas são positivas, em função da boa receptividade que tivemos naquele País.

Em linha com nosso compromisso com o Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU), que apoiamos continuamente, seguimos evoluindo também no desenvolvimento sustentável do nosso negócio, após a definição das diretrizes estratégicas de sustentabilidade e moda responsável, geridas através de quatro pilares: i) fornecedores responsáveis, ii) gestão ecoeficiente, iii) engajamento de colaboradores, comunidades e clientes e iv) produtos e serviços sustentáveis. No ano, fizemos melhorias no Programa de Desenvolvimento de Fornecedores e na parte de Conformidade, tanto na cadeia têxtil quanto na construção civil de nossas lojas e CDs. Tivemos evoluções importantes na gestão eficiente de resíduos e insumos e focamos no maior engajamento dos *stakeholders*. Em 2017, investimos no conceito de economia circular, conforme você poderá acompanhar neste relatório, com o desenvolvimento de mais de 1,6 milhão de peças. Como reconhecimento, no ano, obtivemos o 10º lugar no Dow Jones Sustainability Index e entramos como membro da FTSE4Good, do Financial Times e Bolsa de Londres.\*

No quesito de Governança Corporativa, em 2017, fizemos uma profunda avaliação de nossas atuais práticas em relação ao Código Brasileiro de Governança Corporativa e às melhores práticas internacionais, assim como ao Regulamento do Novo Mercado, a fim de nos prepararmos para uma série de melhorias que prevemos implementar em 2018. Também começamos a nos adaptar às novas regras do Novo Mercado, processo no qual votamos favoravelmente a todas as propostas apresentadas pela B3.

Como consequência das iniciativas acima, atingimos, no exercício, Receita Líquida de Mercadorias de R\$ 6,6 bilhões, com crescimento de 15,4%, e Vendas em Mesmas Lojas de 9,2%. A Margem Bruta da Operação de Varejo foi de 55,7% e a de EBITDA Total de 22,4%. O Lucro Líquido chegou a R\$ 732,7 milhões, com crescimento de 17,2%. Vimos, ao longo do ano, o fluxo crescente nas lojas e tivemos um desempenho destacado do varejo de vestuário em praticamente todos os meses, segundo os dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Na Bolsa, nossas ações negociaram um volume médio diário de R\$ 87,1 milhões, mantendo nossa posição como uma das ações mais líquidas entre as empresas de varejo do País.

\* Informações alteradas na Mensagem da Administração divulgada no Balanço Anual 2017 que se encontra disponível no *site* [www.lojasrenner.com.br/ri](http://www.lojasrenner.com.br/ri)

Tudo isso só foi possível, graças ao notável empenho dos nossos colaboradores. Conseguimos, mesmo em um período adverso, investir e, de forma austera, gerir as despesas operacionais. Nossa equipe sabe quem somos, como somos e onde queremos chegar e, por isso, todos agem de forma engajada, construindo a empresa que sonhamos, transformando nossos planos em realidade. Foi assim que, em 2017, contamos com o nível de engajamento recorde de 88%, o que nos coloca, segundo dados da AONHewitt, em zona de alta performance a nível mundial, há mais de sete anos. Adicionalmente, fomos avaliados como a 11ª marca mais valiosa do Brasil no *ranking* da Interbrand.

E agora, em 2018, o ano se inicia como um momento de retomada, onde, passado o período mais crítico do ciclo econômico, começamos a vislumbrar sinais positivos em nosso País, o que nos dará confiança para investir, tanto no Brasil quanto no exterior, nos processos voltados para o fortalecimento da competitividade da nossa proposição de valor. Conforme o orçamento de capital a ser apresentado aos acionistas, serão destinados R\$ 620 milhões para a abertura de 25 a 30 lojas da Renner, sendo duas no Uruguai, 10 a 15 unidades da Camicado e entre 20 e 25 da Youcom, além de investimentos em TI, logística e remodelações.

Agradecemos a todos os acionistas, colaboradores, clientes e fornecedores pela confiança depositada nessa Companhia.



*Osvaldo Burgos Schirmer*

Presidente do Conselho de Administração

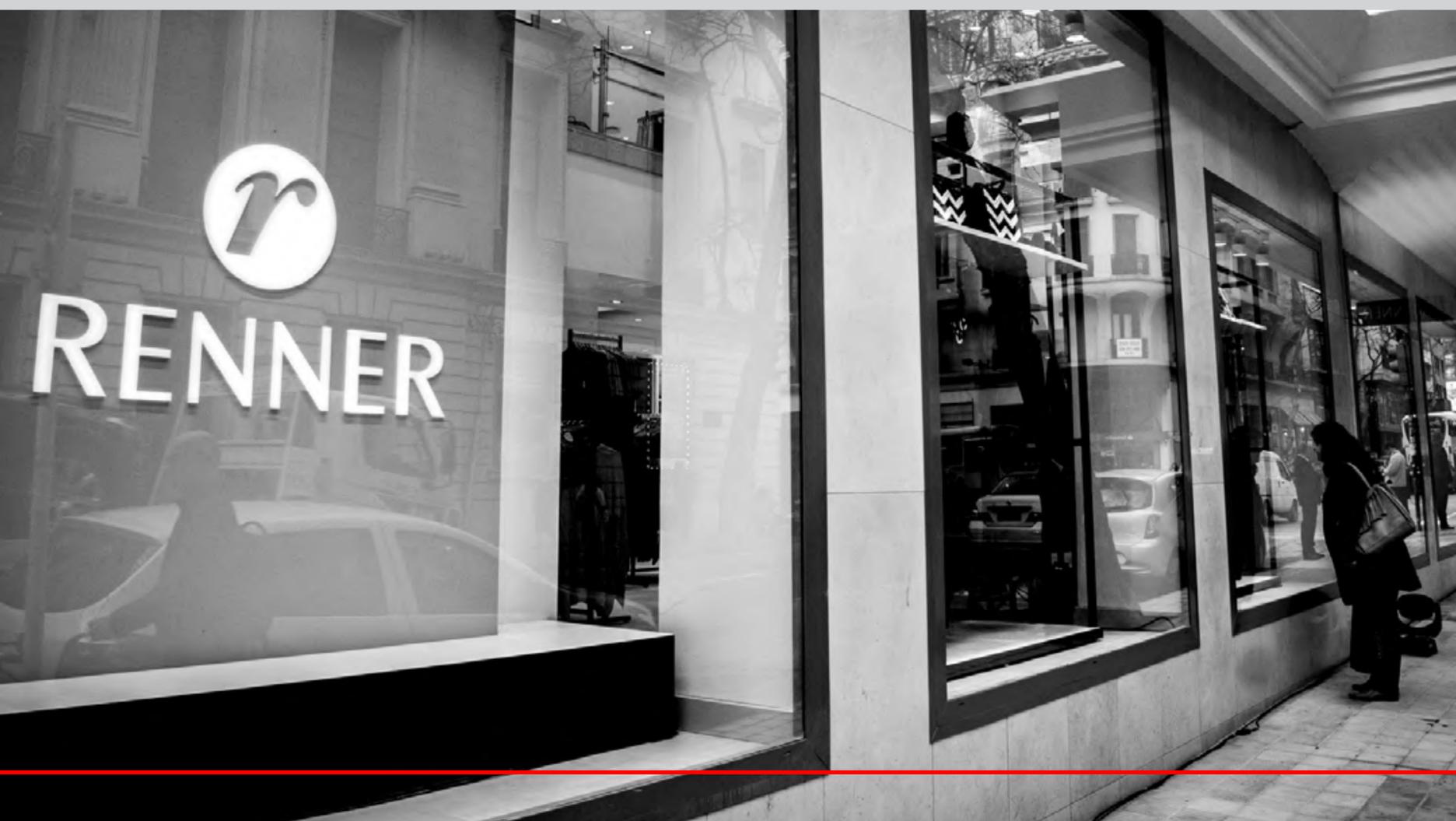


*José Galló*

Diretor Presidente

# DESTAQUES 2017

## CRESCIMENTO CONTÍNUO E CONSISTENTE



### NOVOS NEGÓCIOS

Abertura de **70** lojas, entre Renner, Camicado e Youcom.  
Inauguração das **3** primeiras lojas da Renner no **Uruguai**.  
Entrada em operação da **Realize CFI**, nossa Instituição Financeira.

### RESULTADOS LOJAS RENNER S.A.

Crescimento de:

**15,4%** Receita Líquida de Mercadorias.

**9,2%** Vendas em Mesmas Lojas.

**17,2%** de Lucro Líquido.

### GOVERNANÇA

Valorização de **70,5%** nas ações **LREN3**, negociadas na **B3**,  
bem acima dos **26,9%** do Ibovespa.

Atualização contínua das melhores práticas de governança, por meio da análise de referências como o Regulamento do Novo Mercado da B3 -Brasil, Bolsa, Balcão-, o Código Brasileiro de Governança Corporativa e outras práticas nacionais e internacionais.

# MODA RESPONSÁVEL É O NOSSO NEGÓCIO

## 01 | FORNECEDORES RESPONSÁVEIS

**3.595 visitas técnicas** em fornecedores nacionais de Revenda de Confecção, Calçados e Acessórios.

Ampliação do escopo de visitas técnicas nacionais com a **inclusão de 100% das empresas de beleza (Alchemia)**.

**100% de fornecedores de revenda** nacionais de vestuário, calçados e acessórios **com certificação ABVTEX**.

Aprimoramento do processo de rastreabilidade e **100% de visitas técnicas** aplicadas nos fornecedores nacionais de vestuário, calçados e acessórios.

Início do processo de **conformidade legal e responsabilidade social** em fornecedores de revenda internacionais.

**Diagnóstico ambiental** da cadeia de fornecedores de revenda nacionais como base para processo de avaliação ambiental dos fornecedores em 2018.

**Melhora de 12 p.p.** na pontuação média geral dos fornecedores de revenda no **IDGF** (Índice de Desenvolvimento Global de Fornecedores), quando comparado o desempenho entre janeiro e dezembro de 2017.

## 02 | GESTÃO ECOEFICIENTE

**Compensação de 100% das emissões referentes a 2016.**

Redução de **3,0%** no consumo de **energia\***.

Primeiro contrato para abastecimento de lojas com **energia solar**.

*\*considerando um grupo de 248 lojas da Renner que, para efeito de comparabilidade, já possuíam um ano completo de consumo em 2017.*

## 03 | ENGAJAMENTO

**Engajamento de 88% dos colaboradores na Renner e de 83% na Camicado.**

Conquista de diversos reconhecimentos pelas práticas de gestão de pessoas:

**Empresa de Valor**, pelo jornal Valor Econômico.  
Uma das **150 Melhores Empresas para Você Trabalhar**, pelo Guia Você S.A.

**Melhores para Iniciar a Carreira e das Melhores na Gestão de Pessoas**, pelo Valor Carreira.

Valor de marca de **R\$ 1,3 bilhão** estimado pela pesquisa “Marcas Brasileiras mais Valiosas”, da Interbrand, sendo considerada a **11ª** marca mais valiosa do Brasil no *ranking*.

**96,4%** de clientes satisfeitos e muito satisfeitos nos encantômetros da Renner.

**R\$ 4,7 milhões** investidos por intermédio do Instituto Lojas Renner, beneficiando mais de **12.300 pessoas** em 51 projetos.

## 04 | PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS

Parceria com a **Ellen MacArthur Foundation e Universidade de São Paulo (USP)** para apoio ao desenvolvimento de projeto de economia circular nos processos de confecção da cadeia de fornecimento.

Transformação de **380 toneladas de resíduos** da fabricação de roupas em novos produtos, a partir do conceito de economia circular.

**Produção de mais de 3 milhões de peças com matérias-primas menos impactantes.**

Coleta de mais de 29 toneladas de resíduos de perfumaria e beleza no **EcoEstilo**, serviço de logística reversa prestado desde 2011, na Renner.

## RECONHECIMENTOS

10º lugar no **Dow Jones Sustainability Index (RobecoSAM)**, no segmento de varejo.

Passamos a ser membro da **FTSE4Good**, do Financial Times e Bolsa de Londres, índice que mede os desempenhos Ambiental, Social e de Governança das empresas no mundo todo.

Fomos selecionados pelo 4º ano consecutivo para o **Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3**.

Eleita empresa **mais sustentável** do setor de varejo pelo 2º ano consecutivo no **Guia Exame de Sustentabilidade**.



# QUEM SOMOS

# CULTURA & Valores

GRI 102-16

## NOSSOS VALORES

### | 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.



## 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.

## GENTE

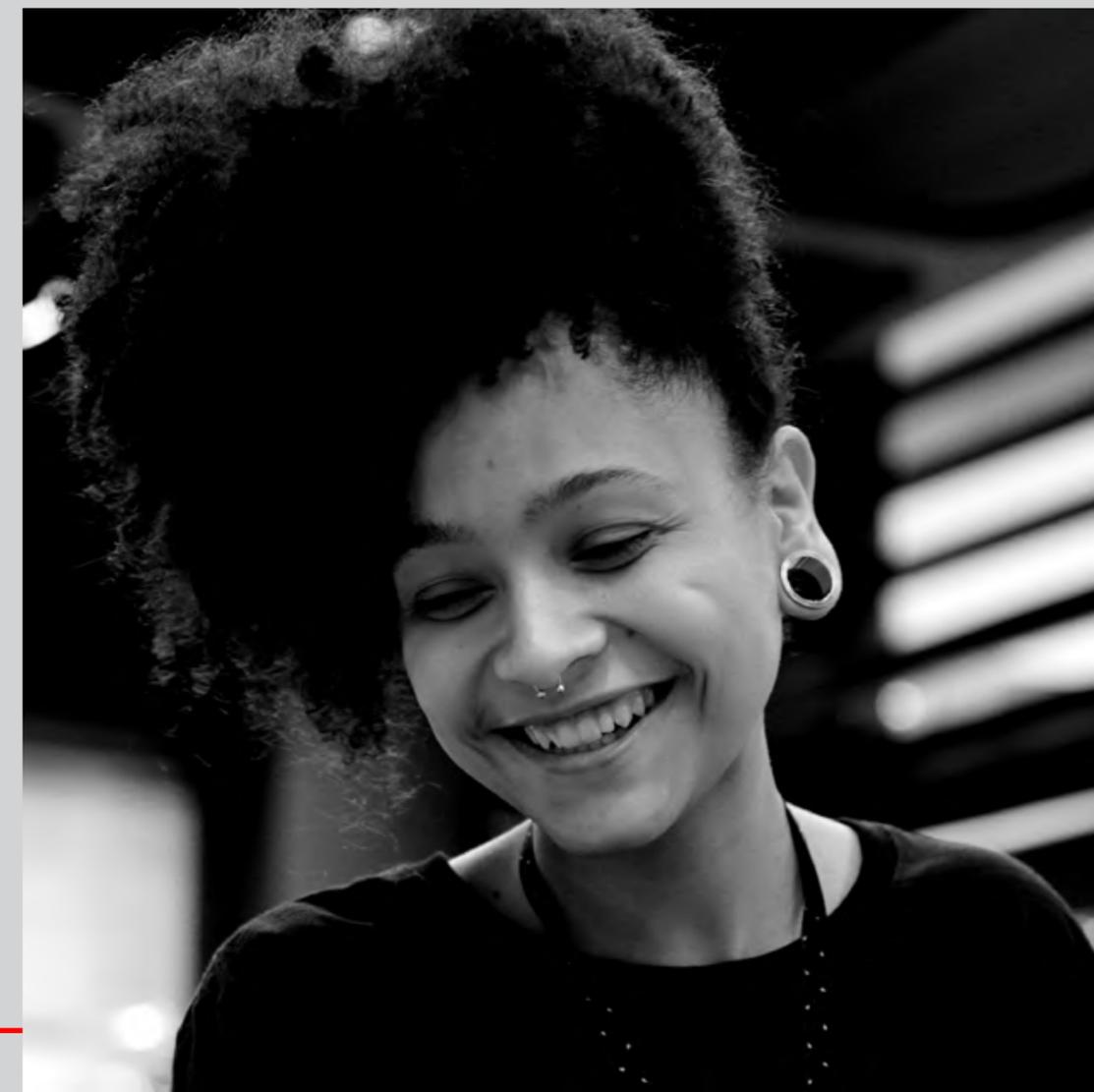
Contratamos, desenvolvemos e mantemos as melhores pessoas, que gostam de gente, que têm paixão pelo que fazem e brilho nos olhos. Trabalhamos em equipe e nossas pessoas têm autoridade e responsabilidade para tomar decisões. Proporcionamos a mesma escada para que todos os colaboradores possam subir na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



*ADORAMOS DESAFIOS:  
NÃO SABENDO QUE É  
IMPOSSÍVEL, VAMOS LÁ  
E FAZEMOS!*



# UNIDADES DE NEGÓCIO

## RENNER

Com 20 marcas próprias e produtos licenciados, a Renner atua em 330 lojas em todos os estados do Brasil, além da sua loja *online* e no Uruguai. Seu público alvo são mulheres entre 18 e 39 anos, das classes sociais A-, B e C+.

### MISSÃO:

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

Saiba mais em [www.lojasrenner.com.br](http://www.lojasrenner.com.br)



NOSSA PROPOSTA DE VALOR É:

SER A MARCA CÚMPLICE DA MULHER MODERNA, COM MODA EM DIFERENTES ESTILOS, COM QUALIDADE, PREÇOS COMPETITIVOS, EM AMBIENTES PRÁTICOS E AGRADÁVEIS, ENCANTADORES E SEMPRE INOVADORES.



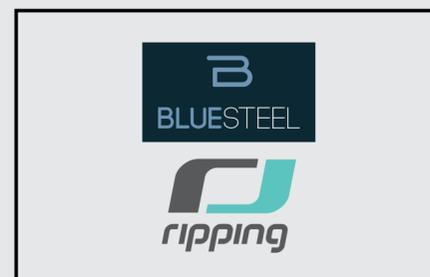
# vestuário

8 marcas que compõem 5 ***lifestyles***:

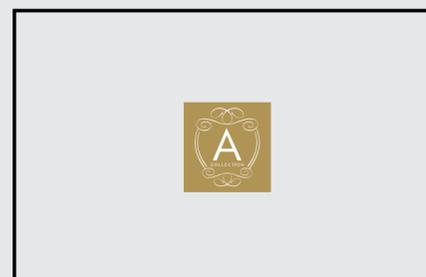
NEOTRADICIONAL



JOVEM



GLAMOUR



SENSUAL



CONTEMPORÂNEO



12 marcas destinadas a diferentes segmentos:



## CAMICADO

Rede de lojas especializada em casa e decoração, com mais de 30 anos de mercado, e tradição no serviço de listas de casamento por oferecer itens para todos os ambientes da casa com qualidade e estilo.

Algumas lojas contam também com o “Espaço Gourmet”, em que *chefs* e parceiros convidados oferecem aulas e oficinas gastronômicas para clientes e visitantes, em uma cozinha funcional e totalmente equipada.

A Camicado está presente em 20 estados de todas as regiões do Brasil, com 98 lojas, todas em *shoppings centers*, além do *e-commerce*.

Seu público alvo são mulheres entre 18 e 39 anos, das classes sociais A-, B e C+.

### MISSÃO:

Ser a maior e melhor loja de casa e decoração das Américas, proporcionando uma experiência encantadora e inspiradora, de forma sustentável.

Saiba mais em [www.camicado.com.br](http://www.camicado.com.br)



*EM 2017, A CAMICADO ELABOROU SEU PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE SUSTENTABILIDADE, DE ACORDO COM AS ESPECIFICIDADES DO SEU NEGÓCIO.*

Saiba mais na página 55.



## YOUCOM

Marca de *lifestyle* jovem, referenciada no universo da moda & estilo, música, mobilidade, sustentabilidade e educação.

Oferece roupas, calçados e acessórios femininos e masculinos em 84 lojas físicas nas regiões Sul, Sudeste e Centro Oeste, sendo todas em *shoppings centers*, além de *e-commerce*. Em 2017, Youcom incluiu o tema sustentabilidade na sua missão, reforçando o alinhamento com os valores da Loja Renner S.A.

### MISSÃO:

Surpreender e conectar o jovem com o mundo da moda, sendo a marca mais amada, sustentável e inovadora da América Latina.

### VISÃO:

Tornar a Youcom a primeira opção de moda digital e sustentável, para o jovem que busca produtos com personalidade e preço incrível, entendendo seu desejo e surpreendendo sempre.

### PROPÓSITO:

Ser uma plataforma de expressão do *lifestyle* jovem.

Saiba mais em [www.youcom.com.br](http://www.youcom.com.br)

## E-COMMERCE

A Companhia oferece canais de compra *online* próprios para cada negócio - Renner, Camicado e Youcom -, que trazem aos clientes benefícios como facilidade, comodidade e informação. Além de ser mais um canal de relacionamento com clientes, o *e-commerce* agrega reconhecimento às marcas e proporciona mais vendas, tanto *online* como físicas.

COMPRE ONLINE  LOJASRENNER.COM.BR



Em 2017, centralizamos a gestão das lojas virtuais da Renner, Camicado e Youcom e trabalhamos intensamente em melhorar a experiência do cliente no *e-commerce* da Renner:

**atualizamos** a plataforma tecnológica do *site*, com novas funcionalidades para explorar melhor os aspectos de moda e ferramentas mais avançadas de busca, visualização e customização da navegação;

**disponibilizamos** ao cliente a possibilidade de comprar por aplicativo que, junto com as compras por celular, já representam cerca de 45% das vendas *online*;

**iniciamos** o programa piloto que permite ao cliente comprar *online* e retirar o produto na loja, em linha com a estratégia de multicanalidade; e

**passamos** a oferecer a nova opção de entrega expressa em dois dias úteis para a cidade de São Paulo.

Com essa evolução, a receita líquida do *e-commerce* cresceu em um patamar duas vezes maior que o mercado e fomos o segundo maior *e-commerce* de moda em número de visitas no ano.

## PRODUTOS FINANCEIROS

Os produtos e serviços financeiros oferecidos aos clientes Renner são instrumentos de conveniência e fidelização, alinhados com a proposta de valor da Companhia, de ser cúmplice da mulher moderna, e dão importante suporte à operação de varejo, além de contribuir com os resultados.

Em 2017 demos início à operação da Realize Crédito, Financiamento e Investimento S.A., nova instituição financeira controlada pela Lojas Renner S.A, que traz mais governança, maior flexibilidade, agilidade e transparência na gestão de produtos financeiros.

Em linha com o plano de transição dos produtos para a Realize CFI, fizemos em 2017 a migração total do **Meu Cartão** e, a partir de novembro, iniciamos a migração dos novos contratos de empréstimo pessoal.

### MISSÃO:

Ser a melhor experiência em soluções financeiras no varejo das Américas para os clientes da Lojas Renner S/A, de forma encantadora, simples, inovadora e sustentável.

Saiba mais em [www.realizesolucoesfinanceiras.com.br](http://www.realizesolucoesfinanceiras.com.br)

### PERFIL DOS PRODUTOS FINANCEIROS AO FINAL DE 2017

CARTÃO RENNER	SEGUROS E ASSISTÊNCIAS
<p>Cartão <i>private label</i></p> <p>28,8 milhões de cartões emitidos</p> <p>45,2% das vendas</p> <p>Carteira de crédito de R\$ 1,2 bilhão</p>	<p>serviços de proteção em parceria com seguradoras e empresas de assistência</p>

### PERFIL DOS PRODUTOS REALIZE CFI AO FINAL DE 2017

MEU CARTÃO	SAQUE RÁPIDO
<p>Cartão <i>co-branded</i></p> <p>3,4 milhões de cartões emitidos</p> <p>Carteira de crédito de R\$ 1,1 bilhão</p>	<p>Serviços de empréstimo pessoal</p> <p>Carteira de crédito de R\$ 71,9 milhões</p>

# PANORAMA



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

Com mais de **50 anos** de história e capital aberto desde **1967**, a **Lojas Renner S.A.**, sediada em Porto Alegre (RS), é a maior varejista de moda do Brasil.

Somos **20.994\*** colaboradores que trabalham todos os dias para encantar milhões de clientes nas nossas **512\*\*** lojas em todos os estados do Brasil e no Uruguai.

**05** UNIDADES DE NEGÓCIO  
RENNER + CAMICADO + YOUCOM + E-COMMERCE  
+ PRODUTOS FINANCEIROS

**04** CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO  
COM 120.000 m<sup>2</sup>

**28,8** MILHÕES DE CLIENTES  
COM CARTÃO RENNER

**1.752** FORNECEDORES DIRETOS  
DA RENNER E YOUCOM  
ADMINISTRATIVOS E DE REVENDA  
NACIONAIS E INTERNACIONAIS

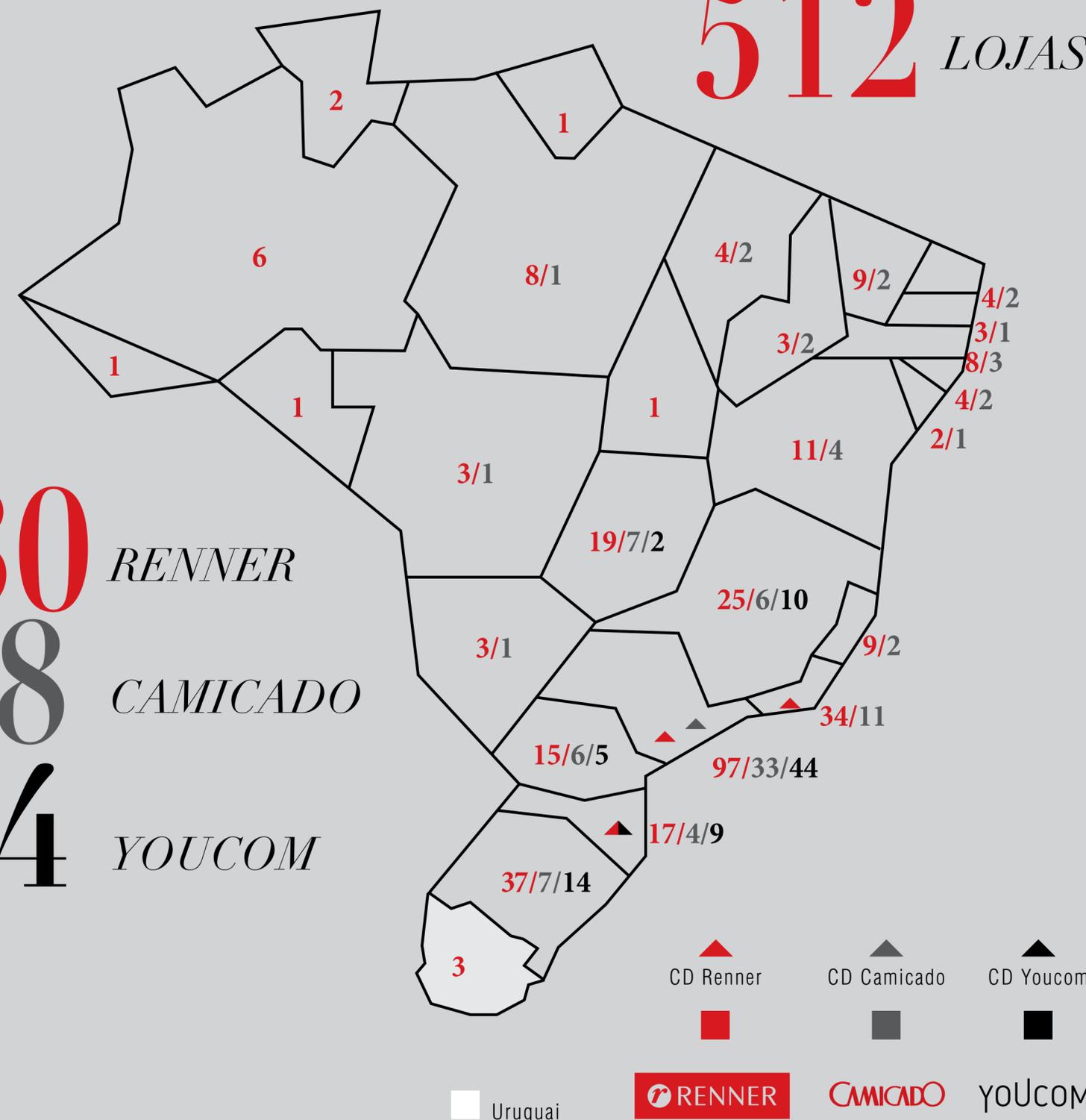
nº de lojas

**330** RENNER

**98** CAMICADO

**84** YOUCOM

**512** LOJAS



\*O total de colaboradores considera também os colaboradores afastados. Por este motivo, difere do total apresentado nas Demonstrações Financeiras, de 19.989, que considera somente os ativos.

\*\*Número de operações em 31/12/2017.

# ÉTICA & Governança

**T**emos consciência de que o êxito e a perpetuação da nossa Companhia estão diretamente relacionados à conduta ética e transparente, condição essencial e invariável na condução do negócio e de todas as nossas relações.

Em 2005, fomos a primeira corporação do Brasil, com capital totalmente pulverizado, sem a presença de acionista controlador. Em 2017, completamos 50 anos de capital aberto. É com base no nosso forte compromisso com a ética e com as melhores práticas de governança corporativa que temos sustentado essa longa experiência no relacionamento com todos os públicos de interesse.



# ÉTICA



GRI 102-16, 412-2

**R**elações éticas em toda a cadeia de valor são indispensáveis para a sustentabilidade e perenidade da Companhia. Por isso, para orientar, esclarecer e formalizar o caminho a ser trilhado, assegurando a conduta ética nas nossas relações cotidianas com todos os nossos públicos, contamos com o Código de Ética e Conduta, publicado desde 1995 e com atualização mais recente em 2013.

AO LONGO DE 2017, UMA EQUIPE MULTIDISCIPLINAR TRABALHOU NA ATUALIZAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA PARA COLABORADORES E OUTRA NA CRIAÇÃO DO CÓDIGO DE CONDUTA PARA FORNECEDORES, FINALIZADOS AO FINAL DO ANO E COM PUBLICAÇÃO PREVISTA PARA 2018.



O CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA DA COMPANHIA TRAZ OS FUNDAMENTOS CORPORATIVOS (MISSÃO, VISÃO E VALORES), OS COMPROMISSOS COM A PROMOÇÃO DA ÉTICA, O RESPEITO AOS DIREITOS HUMANOS, A PRESERVAÇÃO AMBIENTAL E A SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO, ALÉM DE ORIENTAÇÕES DE CONDUTA NOS RELACIONAMENTOS DA COMPANHIA COM NOSSOS PÚBLICOS.

LÁ TAMBÉM HÁ OS CANAIS DE CONTATO PARA ESCLARECER DÚVIDAS OU FAZER DENÚNCIAS SOBRE CASOS DE DESCUMPRIMENTO DO CÓDIGO.

Conheça a publicação:  
<https://bit.ly/2Hliv0m>

## ADESÃO

Todos os colaboradores, quando contratados, conhecem e aderem ao Código e, caso haja alguma alteração na publicação, devem, novamente, declarar ciência das condutas esperadas.

Todos os fornecedores também são alinhados em relação aos princípios e valores da Companhia por meio de um termo de compromisso, anexo aos contratos comerciais, em que assumem o compromisso formal com os princípios éticos de conduta responsável da Lojas Renner S.A. 100% dos fornecedores nacionais e internacionais, administrativos e de revenda, assinam o termo de Compromisso.

## DENÚNCIAS

Todas as denúncias recebidas são tratadas com sigilo, confidencialidade e imparcialidade na apuração por parte de uma equipe especializada e treinada para realizar a melhor condução do caso, garantindo o sigilo da identidade do denunciante e conseqüentemente sua não-retaliação.

Ao longo do ano, reforçamos a divulgação do Canal de Denúncias com ações de comunicação e envio de cartazes para diversos públicos de interação da Companhia, com objetivo de fortalecer a ética e transparência.



EM 2017, 5.043 COLABORADORES FORAM CAPACITADOS SOBRE O CÓDIGO, TOTALIZANDO 2.521 HORAS DE TREINAMENTO.

# COMBATE À CORRUPÇÃO



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

O combate à corrupção, além de ser tema do Código de Ética e Conduta, é reforçado por meio da nossa Política Anticorrupção, que explicita as práticas e princípios a serem observados pelos colaboradores, parceiros e terceiros para uma conduta Ética. Instituída em 2014, em linha com os requisitos gerais da Lei Anticorrupção (Lei 12.846/13), a Política foi atualizada em 2017 para disponibilização pública em 2018 e compartilhamento com os diferentes públicos de relacionamento.

Além disso, em 2017, as ações de combate à corrupção passaram a ser gerenciadas pela área de *Compliance* Corporativo, proporcionando maior consistência, foco e efetividade, garantindo o monitoramento contínuo do programa, visando o seu aperfeiçoamento.

## CAPACITAÇÃO

Ao longo de 2017, realizamos diversas ações de capacitação sobre o tema:

treinamentos *online* e publicação da nova política, com **2.584** aceites virtuais de colaboradores confirmando a leitura e o compromisso em seguir as diretrizes do novo documento;

ações de comunicação interna sobre o tema, nos diversos canais disponíveis para colaboradores;

treinamentos presenciais para cerca de **138** lideranças de lojas e colaboradores administrativos que têm interação direta com agentes públicos, capacitando-os nas melhores práticas e mitigando o risco de envolvimento com a corrupção; e

treinamento presencial sobre combate à corrupção para **78** fornecedores administrativos, no Programa Boas-Vindas, garantindo que nossos parceiros também estejam aderentes à lei.

## MAPEAMENTO DE RISCO DE CORRUPÇÃO

No ano, também reestruturamos a área de *Compliance* Corporativo, que realizou o mapeamento de todas as demais áreas e as principais operações da Companhia, verificando a exposição a riscos, entre eles, o de corrupção. Nas áreas em que os riscos de qualquer tipo são identificados, o time de *Compliance* apoia na elaboração de planos de ação para sua mitigação.

*EM RELAÇÃO À CORRUPÇÃO, EM 2017 NÃO FORAM IDENTIFICADOS RISCOS SIGNIFICATIVOS OU CASOS ENVOLVENDO A LOJAS RENNER S.A. E NÃO FORAM FEITAS CONTRIBUIÇÕES POLÍTICAS EM DINHEIRO E ESPÉCIE, DIRETA OU INDIRETAMENTE, PELA COMPANHIA.*

# SEGURANÇA DA *INFORMAÇÃO* | |



A segurança das Informações é um dos fatores chave para nossa sustentação. Por isso, dedicamos grande foco na mitigação de riscos cibernéticos e na proteção de informações sensíveis.

Nossa estrutura possui uma área de Segurança da Informação (SI) dedicada, contando com uma Política de Segurança da Informação e um Comitê Corporativo de Segurança da Informação, composto por profissionais das áreas de Gente & Desenvolvimento, Jurídico, Tecnologia da Informação, Auditoria Interna e Prevenção de Perdas, além da própria área de SI.

Dentre as ações voltadas à segurança da informação, prestamos especial atenção à proteção dos dados dos clientes e, desde 2012, a Renner é anualmente recertificada no PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard), padrão das bandeiras (Visa, Master e outras) para proteção de dados de cartões de crédito e débito dos clientes.

# GOVERNANÇA CORPORATIVA

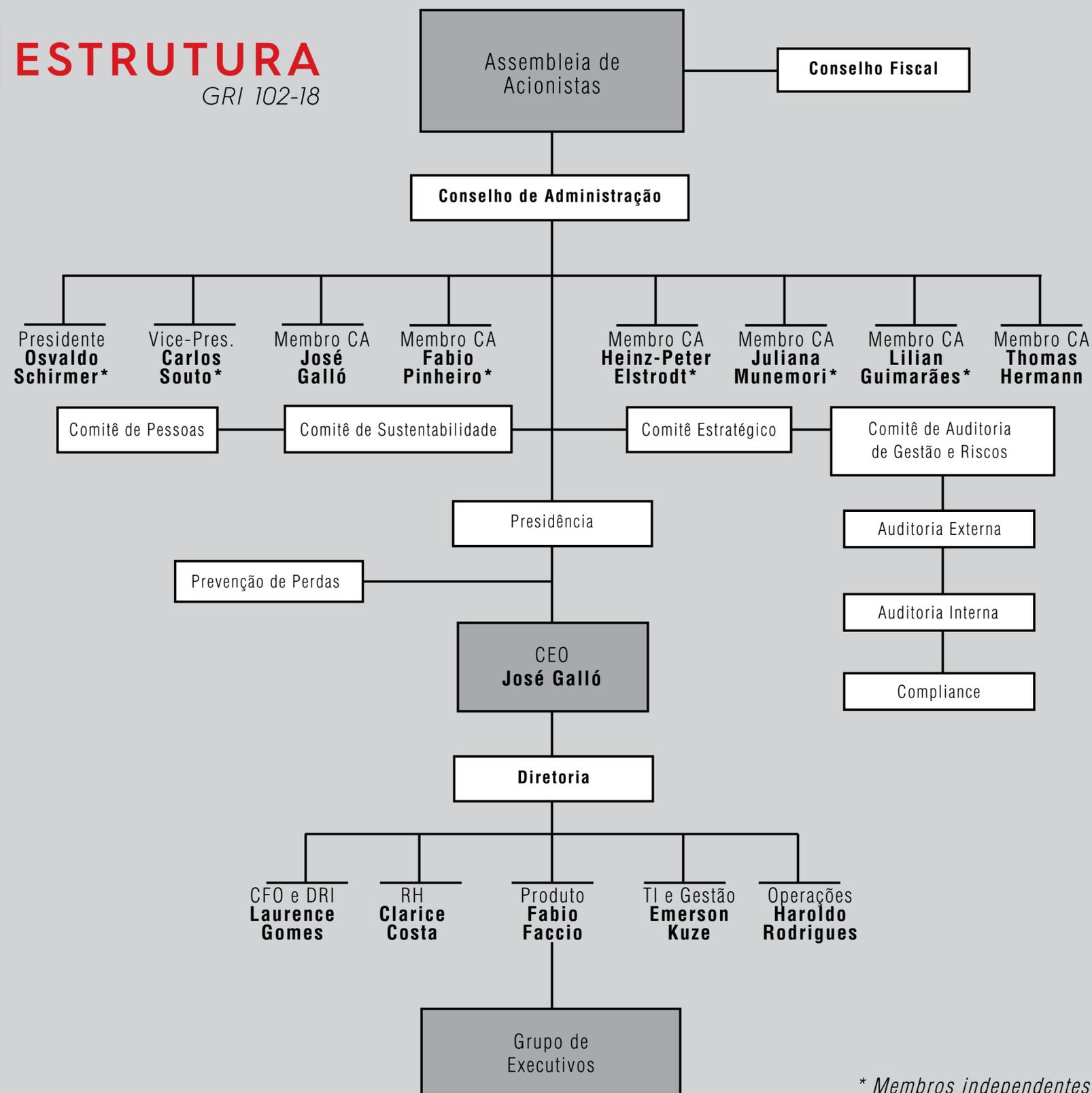


Um quadro experiente de líderes – composto de acordo com as melhores práticas de governança corporativa para evitar conflitos de interesses e buscar garantir a geração de resultados sustentáveis – é um dos diferenciais no atendimento da expectativa dos acionistas e investidores. Ao lado, apresentamos o organograma da liderança da Companhia, ao final de 2017.

Para conhecer mais detalhes sobre os órgãos de governança e as lideranças da Companhia, acesse o Formulário de Referência da Companhia, em <https://bit.ly/2qup46s>, ou o site de Relações com Investidores ([www.lojasrenner.com.br/ri](http://www.lojasrenner.com.br/ri)), na seção Governança Corporativa, subseção Administração.

## ESTRUTURA

GRI 102-18



\* Membros independentes

## | BASES DA NOSSA GOVERNANÇA

### ESTRUTURA DE LIDERANÇA CAPACITADA E ALINHADA À PERENIDADE NOS RESULTADOS

**C**onselho de Administração com 8 membros, sendo 7 independentes, e assessorado por comitês especializados;

Conselho Fiscal Permanente;

Diferentes Executivos como Presidentes do Conselho e da Diretoria;

Avaliação Formal do Conselho de Administração e Diretoria; e

Interesses da Administração alinhados aos dos acionistas.

### PROCESSOS ESTRUTURADOS, FORMALIZADOS E CONSOLIDADOS

**E**xistência de Secretários e de Portal para Conselhos e Comitês, o que dá ainda mais relevância e efetividade aos encontros desses órgãos para a gestão da Companhia;

Políticas de Sustentabilidade, Anticorrupção, de Partes Relacionadas e de Governança, Riscos e Conformidade; e

Canal de denúncias de desvios éticos.

### GERAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADA AOS ACIONISTAS

**1<sup>a</sup>** Companhia brasileira com ações ordinárias 100% no mercado, sem acionista controlador;

Listagem no Novo Mercado, nível mais alto de governança da B3; e

100% de *tag along*.

## MELHORES PRÁTICAS

Prezamos sempre pelo respeito às leis, pela transparência em negociações, pela acessibilidade e equidade no acesso à informação por nossos acionistas, sem beneficiar ou prejudicar nenhum de nossos públicos por quaisquer privilégios.

Nesse contexto, seguimos as melhores práticas de governança corporativa e estamos listados no Novo Mercado, segmento especial do mercado de ações da B3 destinado a empresas que adotam o mais alto nível de boas práticas determinados pela Bolsa.

**EM 2017, CONTINUAMOS BUSCANDO A ATUALIZAÇÃO DAS MELHORES PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA ADOTADAS, POR MEIO DA ANÁLISE DE REFERÊNCIAS COMO O REGULAMENTO DO NOVO MERCADO DA B3, O CÓDIGO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA E OUTRAS PRÁTICAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS.**



Além disso, para contribuir com a evolução do Novo Mercado, estivemos presentes junto à B3 ao longo do processo de audiências públicas para alteração do Regulamento do segmento e, ao final, votamos a favor da proposta do Regulamento Base e das quatro regras específicas propostas pela B3 (saiba mais no *site* da B3, em: <https://goo.gl/JsTpK3>).

### SAIBA MAIS!

*TEMOS UM SITE DEDICADO AO RELACIONAMENTO COM INVESTIDORES, ONDE VOCÊ PODE CONHECER EM MAIS DETALHES NOSSAS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA E INFORMAÇÕES SOBRE A REGULAMENTAÇÃO DO MERCADO DE CAPITAIS BRASILEIRO.*

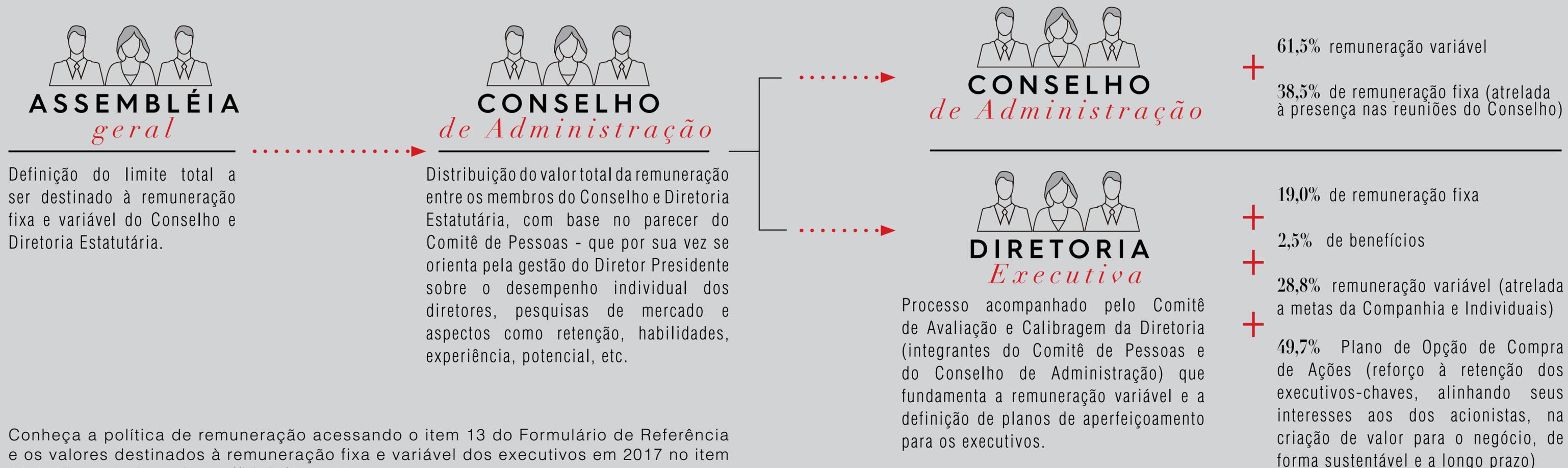
Acesse: <https://bit.ly/2HTnWR5>

# DESEMPENHO E REMUNERAÇÃO

GRI 102-28

**T**oda a Diretoria Executiva da Companhia é avaliada anualmente em relação às suas competências e ao alcance de suas metas econômicas, sociais e ambientais, resultando na remuneração variável a ser recebida e em planos de aperfeiçoamento. O Conselho de Administração também é objeto de uma avaliação formal, por meio da qual os conselheiros avaliam anualmente o Órgão como um todo, suas próprias atuações, a Presidência desse Órgão e os Comitês, incluindo, também, aspectos referentes ao desempenho econômico da organização.

## DEFINIÇÃO DA REMUNERAÇÃO



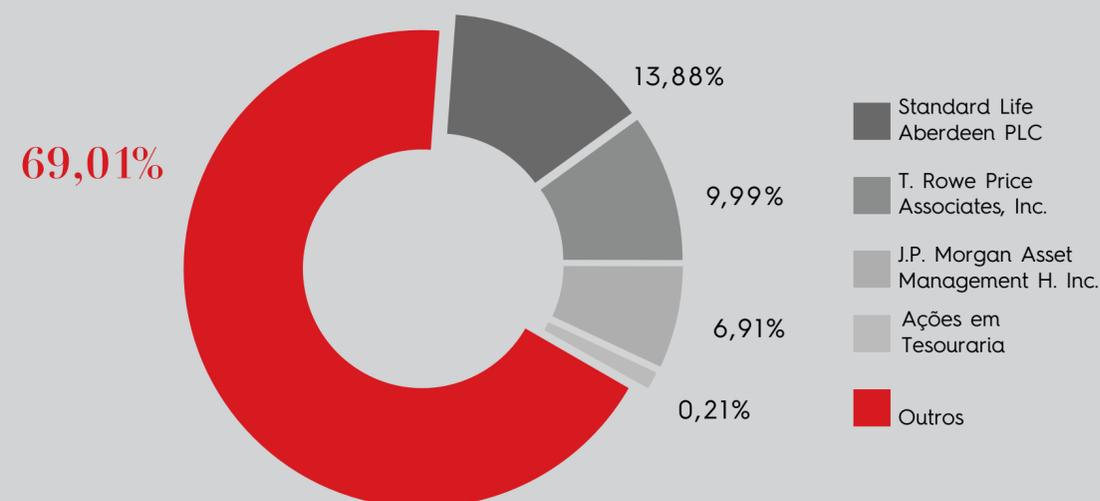
Conheça a política de remuneração acessando o item 13 do Formulário de Referência e os valores destinados à remuneração fixa e variável dos executivos em 2017 no item 13.2, disponível em: <https://bit.ly/2qup46s>

## NOSSO PERFIL NO MERCADO DE CAPITAIS



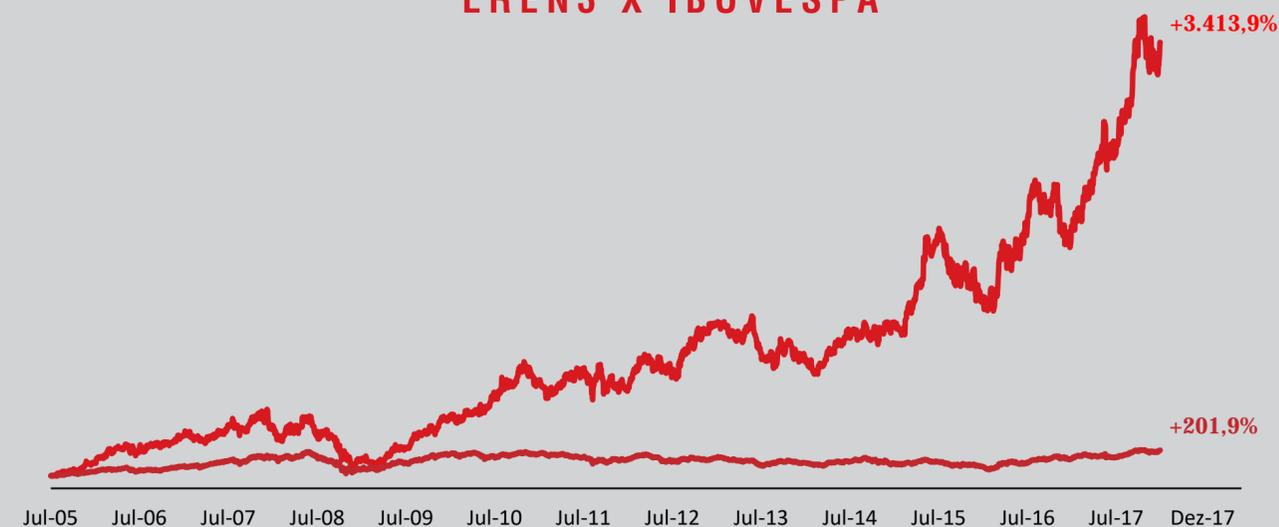
A Lojas Renner S.A. é a primeira corporação brasileira: **100%** das nossas **713.235.181** ações são negociadas na B3 sob o código LREN3.

### COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA EM 31/12/2017



Durante o ano, os acionistas receberam **R\$ 196,9 milhões** sob a forma de Juros sob Capital Próprio, que ainda serão complementados pelos dividendos anuais propostos de **R\$ 96,2 milhões**. Se aprovada na Assembleia Geral de 2018, a remuneração total de 2017 chegará a **R\$ 293,2 milhões**, equivalente a um *dividend yield* de **1,2%** (considerado o preço da ação em 28/12/2017) e um *payout* de **40%**.

### EVOLUÇÃO DA AÇÃO LREN3 X IBOVESPA



Ao longo de 2017, essas ações se valorizaram em **70,5%** (3.413,9% desde julho de 2005, ajustado por eventos societários) e encerraram o ano cotadas a **R\$ 35,49**, somando valor de mercado de **R\$ 25,3 bilhões**. No período, foram realizados **2,6 milhões de negócios**, com **712,3 milhões** de ações movimentadas e um volume médio diário negociado de **R\$ 87,1 milhões**.

# GESTÃO *de Riscos*



GRI 102-15

Aderimos às melhores práticas nacionais e internacionais para gestão eficiente dos riscos do negócio, reforçando nossa cultura de ética, transparência e governança responsável.

**T**emos uma estrutura multidisciplinar de governança, ligada ao Conselho de Administração, com definição precisa de responsabilidades, apoiada por políticas institucionais para mitigar riscos e impactos. Assim, identificamos continuamente os fatores que possam impactar nossa sustentação e criamos planos preventivos para minimizar ou eliminar potenciais impactos negativos ou, ainda, transformar os riscos em oportunidades.



## PRINCIPAIS RISCOS

*da nossa operação*

RISCOS DO MERCADO E FATORES EXTERNOS QUE PODEM IMPACTAR O NEGÓCIO.  
(item 4.2 do formulário de referência)

CENÁRIOS E CIRCUNSTÂNCIAS ATUAIS E FUTURAS QUE PODEM EXPOR A COMPANHIA A RISCOS NA RELAÇÃO COM SEUS PÚBLICOS.  
(item 4.1 do formulário de referência)

FATORES QUE PODEM TRAZER RESULTADOS E IMPACTOS NEGATIVOS NO DESEMPENHO DE NOSSA OPERAÇÃO E NA EXECUÇÃO DE NOSSA ESTRATÉGIA.  
(item 4 do formulário de referência)

## FORMAS DE

*gestão e proteção*

*Políticas de gerenciamento de risco e controle internos (item 5.0 do formulário de referência disponível em: <https://bit.ly/2qup46s>)*

## POLÍTICAS DE GESTÃO

*para controle dos riscos*

POLÍTICA DE **COMPLIANCE**

POLÍTICA DE **ATENDIMENTO E CRM**

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 **SUSTENTABILIDADE**

POLÍTICA DE **AUDITORIA**

POLÍTICA **ANTICORRUPÇÃO**

POLÍTICA DE **GOVERNANÇA, RISCOS E CONFORMIDADE**

POLÍTICA DE **PARTES RELACIONADAS**



# CENÁRIO *DE ATUAÇÃO*



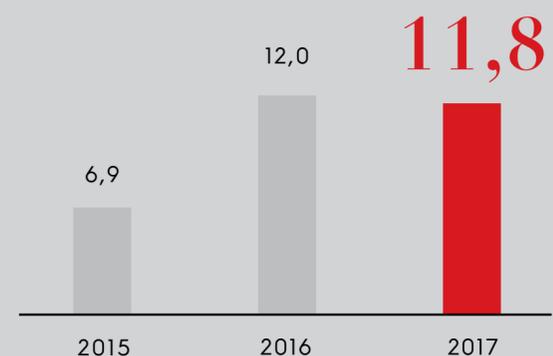
# MACROECONÔMICO

O ano de 2017 foi marcado pelo início da recuperação econômica. Depois de dois anos de recessão, o Brasil registrou leve crescimento de 1,0% do PIB, e melhora contínua dos principais indicadores econômicos.

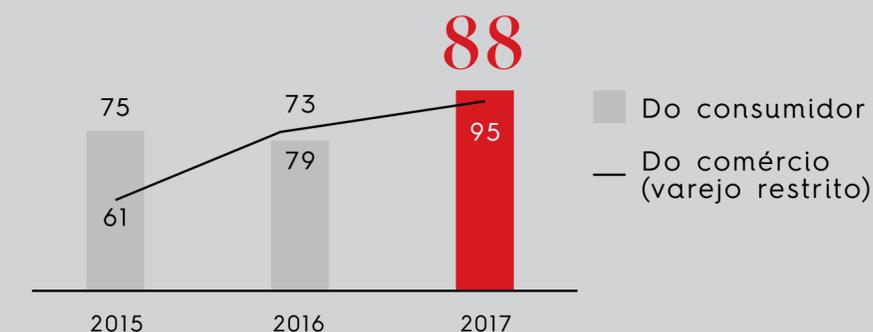
A inflação, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), fechou o ano em 2,95%, valor 3,34 p.p. menor que no ano anterior e abaixo do piso da meta do Banco Central, de 3,0%. A taxa básica de juros teve retração de 6,75 p.p. em relação ao ano anterior, chegando a 7,0%, menor patamar histórico.

REFLEXOS DO CENÁRIO MACROECONÔMICO EM INDICADORES QUE APOIAM A CAPACIDADE DE COMPRA DA POPULAÇÃO

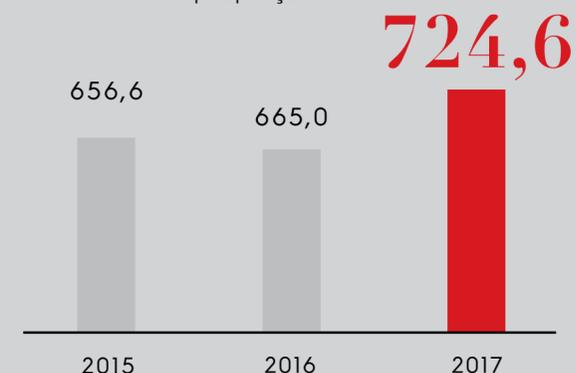
taxa de desemprego  
(em %)



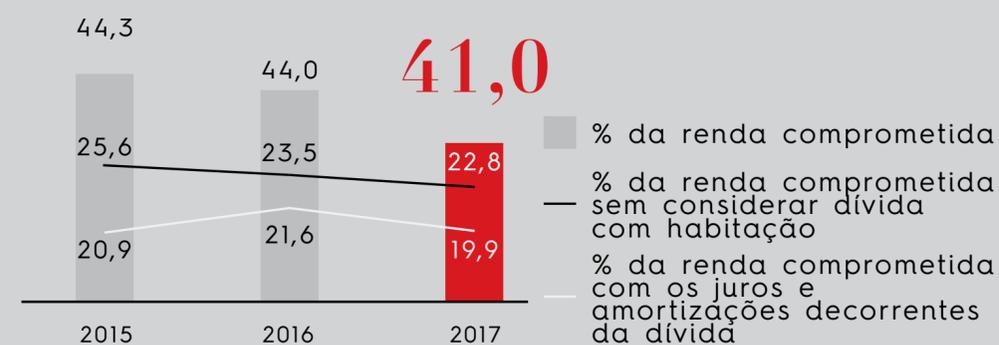
índice de confiança  
(em %)



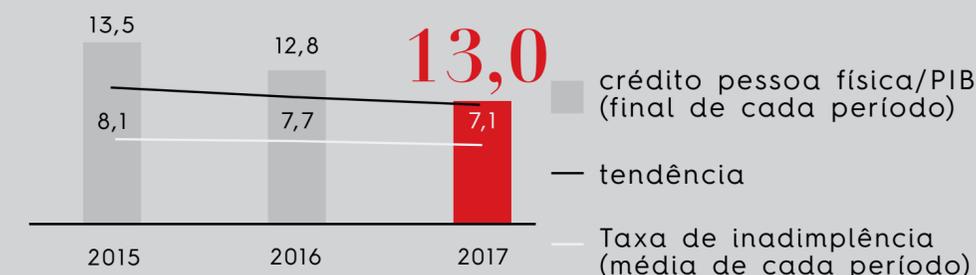
perfil do  
endividamento  
(em R\$ bilhões)  
Saldo total nas poupanças



renda das famílias  
comprometida com  
dívidas (em %)



evolução do crédito  
para pessoa física  
(em %)



# SETORIAL



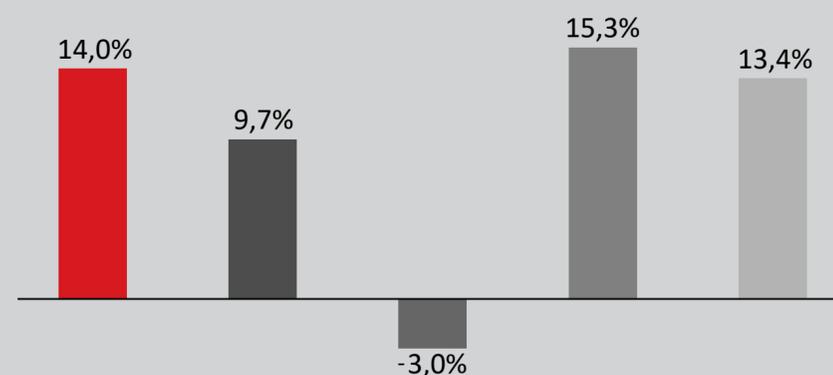
Nos últimos anos apresentamos um crescimento médio mais acentuado do que nossos pares locais e globais, nos principais indicadores econômicos.

Vimos, ao longo do ano, um fluxo crescente de clientes nas lojas, temos melhorado cada vez mais nossas operações para levar o produto que o cliente quer, onde e quando ele quer, e conseguimos gerir de forma austera nossas despesas operacionais, alcançando um desempenho destacado do varejo de vestuário segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

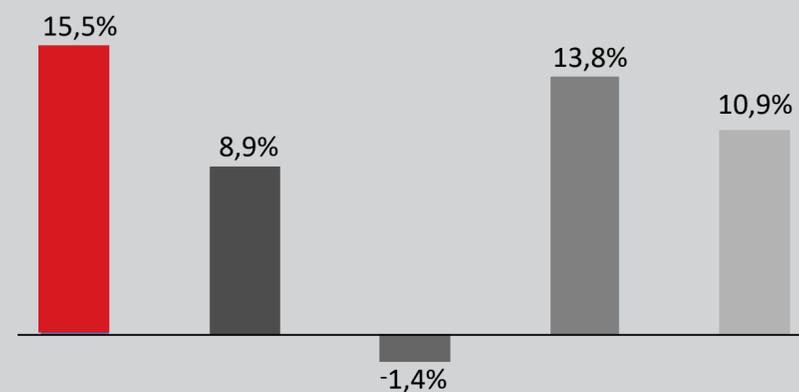
# CENÁRIO

COMPARATIVO DE MERCADO  
ANÁLISE DE VARIAÇÃO  
ENTRE 2013 E 2017

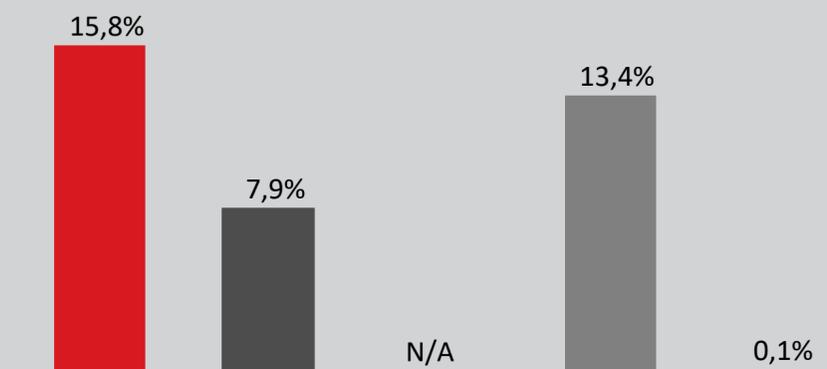
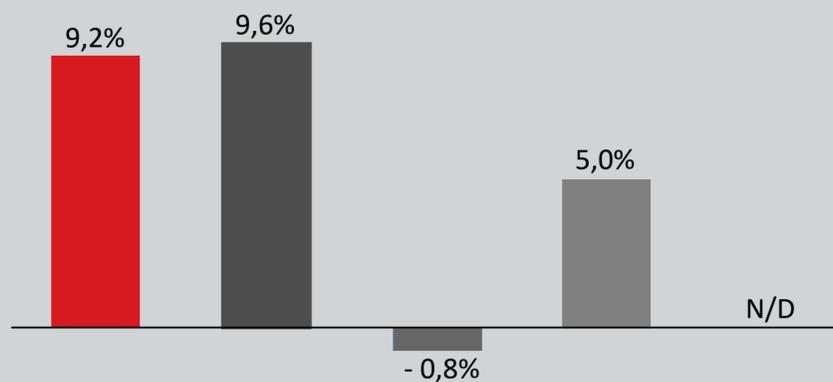
## receita líquida



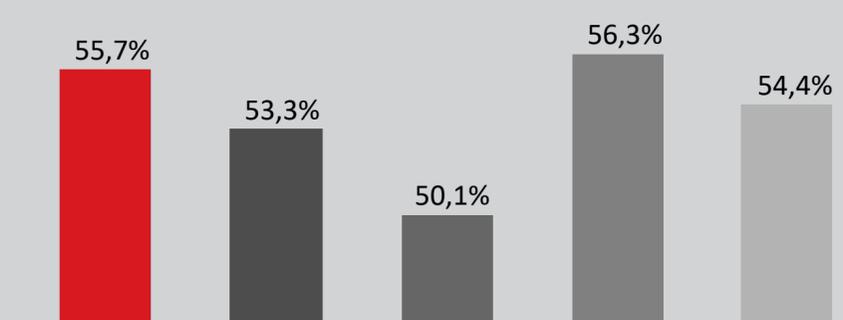
## lucro bruto



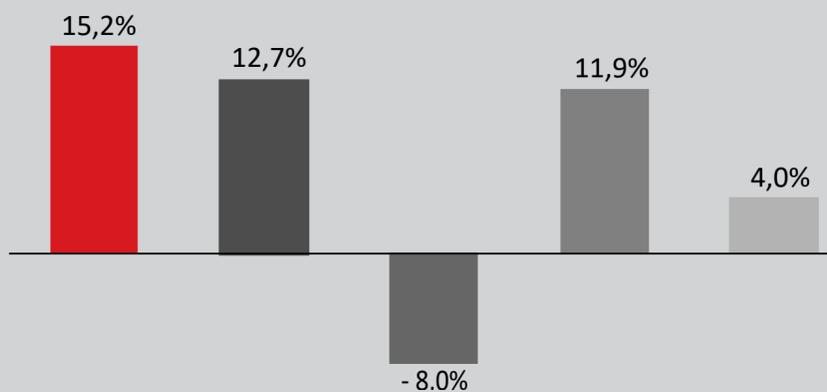
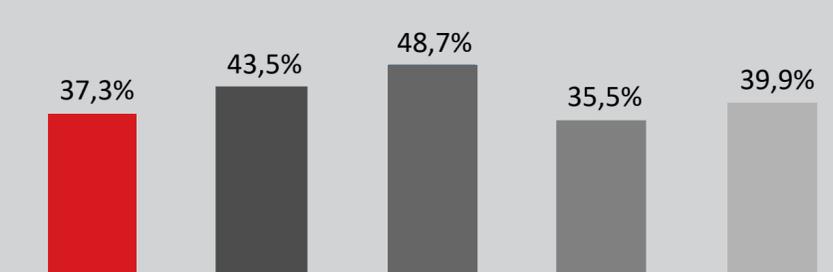
lucro líquido

vendas nas mesmas lojas  
(crescimento nominal)

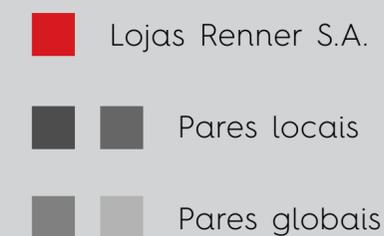
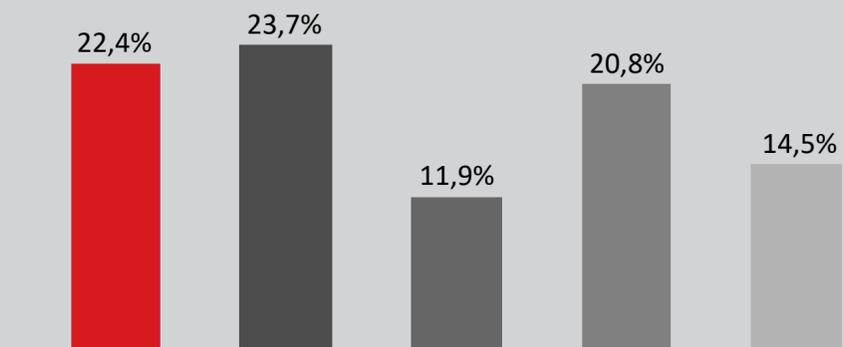
margem bruta



EBITDA ajustado total

gastos operativos  
(como % del IOL)

margem EBTIDA ajustado total



# NOSSOS RESULTADOS



**E**m 2017, reforçamos a tendência dos últimos anos, crescendo e solidificando nossas bases para um futuro saudável de contínua evolução do negócio.

O ritmo de vendas ao longo do ano foi consistente, reflexo do maior fluxo de clientes nas lojas, do aumento de peça por compra, da alocação adequada dos produtos em lojas, da execução correta das operações e da boa composição dos estoques. Assim, a Receita Líquida de Vendas de Mercadorias apresentou crescimento de 15,4% com Vendas em Mesmas Lojas de 9,27%.

O Lucro Bruto cresceu 15,4% no ano, com margem estável, em 55,7%. O EBITDA Ajustado de Varejo cresceu 5,2% e Produtos Financeiros 32,0% em relação ao ano anterior. O EBITDA Ajustado Total apresentou crescimento de 10,2%, com Margem de 22,4%, 1,0 p.p. menor que em 2016, consequência da menor Margem EBITDA do Varejo.

Reduzimos nosso Endividamento Líquido, que ao final de 2017 era de R\$ 659,8 milhões, 27,4% menor que ao final do último ano, resultado da geração positiva de caixa em 2017. Assim, nosso Lucro Líquido de 2017 apresentou crescimento de 17,2% ante 2016, com margem de 11,1% *versus* 10,9% no ano anterior. Esse resultado reflete o crescimento do EBITDA Ajustado Total e as menores despesas financeiras.

Acreditamos que esses resultados refletem a clareza da nossa estratégia, a valorização de nossos diferenciais, o compromisso com a sustentabilidade e a busca contínua pela evolução das nossas bases de sustentação.

*SAIBA MAIS SOBRE NOSSO DESEMPENHO NO ANO NAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS, disponíveis em:*  
<https://bit.ly/2EGSRNj>



# SOCIOAMBIENTAL

GRI 102-15, 414-1, 414-2, 308-2

Os principais desafios para a sustentabilidade do varejo de moda dizem respeito à gestão responsável e transparente da cadeia de suprimentos, ao uso de matérias-primas menos impactantes e à redução do impacto ambiental.

**F**ormado por diferentes *players* que se relacionam comercialmente – desde a geração da matéria-prima, passando pela manufatura do produto até sua venda ao usuário final –, ao longo dos últimos anos o setor tem enfrentado o desafio de aliar a crescente demanda por agilidade, eficiência e controle de despesas junto ao desenvolvimento sustentável.

Frente a esse cenário, nós temos o compromisso de promover em nossa cadeia de fornecedores uma conduta responsável em temas como a promoção dos direitos humanos, de relações de trabalho geradoras de valor para a sociedade, do empoderamento da mulher no mercado de trabalho e do desenvolvimento de produtos e processos com menor impacto ambiental.



# CENÁRIO DE *IMPACTOS SOCIAIS* |

## RELAÇÕES DE TRABALHO E DIREITOS HUMANOS

A constante busca da máxima regularidade junto à legislação trabalhista tem sido uma atuação de praticamente todo o grande varejo de moda, no Brasil e no mundo. Na Lojas Renner S.A. somos orientados por valores e princípios relacionados a direitos humanos e relações de trabalho decente, e apoiamos, contínua e intensamente, nossos parceiros comerciais a assumirem a mesma postura em seus negócios.

Dessa forma, avaliamos e apoiamos nossos fornecedores quanto à conformidade com a legislação trabalhista e a responsabilidade social e segurança do trabalho, visando mitigar riscos de qualquer ação considerada irregular.

Esse tema é de profunda relevância para nossa sustentabilidade, pois acreditamos que as violações dos direitos trabalhistas causam profundos danos sociais e econômicos à sociedade e impactam um importante ativo intangível para a sustentação dos negócios, setores e países: a reputação.



SAIBA MAIS:

*BOAS PRÁTICAS DE GESTÃO DE PESSOAS E BENEFÍCIOS EM NOSSA PRÓPRIA OPERAÇÃO* (página 100).

*MONITORAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE PARCEIROS COMERCIAIS DO NEGÓCIO* (página 83 e 85).



## EMPODERAMENTO DA MULHER

A cadeia produtiva do setor têxtil no Brasil conta com expressiva participação de mulheres, que representam cerca de 75% dos 1,5 milhão de empregos, segundo dados da agenda de prioridade 2015-2018 da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit).

Portanto, o setor tem papel importante na agenda global, em linha com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, na disseminação cada vez maior pela igualdade de gênero e empoderamento da mulher.

*CONHEÇA OS PROJETOS DO INSTITUTO LOJAS RENNER QUE APOIAM O EMPODERAMENTO DA MULHER NA CADEIA DE VALOR DO SETOR (página 109).*

# CENÁRIO DE IMPACTOS AMBIENTAIS |

GRI 308-2

**N**os processos que vão desde a extração da matéria-prima até a produção e venda dos produtos têxteis, o melhor aproveitamento do consumo de recursos – como água e energia – é um desafio essencial para que o setor não impacte a capacidade ambiental de gerar novos recursos, mantendo sua disponibilidade a longo prazo e, portanto, não impacte os custos de produção e operação.

A distribuição do produto para os pontos de venda no varejo também traz um desafio importante para a sustentabilidade do setor: a gestão e redução do consumo de combustíveis e emissões de gases de efeito estufa na operação logística.

Depois do descarte pelo usuário, o bem de consumo geralmente é destinado a aterros sanitários, lixões e locais impróprios que, principalmente nas grandes cidades, têm cada vez mais dificuldade de absorver o crescente volume de resíduo gerado pela sociedade todos os dias.

A partir da metodologia de análise do ciclo de vida de um produto, realizada em parceria com a FGV, em 2014 e 2015, iniciamos em 2017, um projeto de estímulo à economia circular – relevante para a redução de impactos do nosso segmento – junto à nossa cadeia de fornecedores de revenda têxtil, em parceria com a *Ellen Mac Arthur Foundation* e a USP. Saiba mais sobre o projeto na página 116.

*DESENVOLVEMOS DIVERSAS INICIATIVAS PARA REDUZIR O IMPACTO AMBIENTAL DE NOSSA OPERAÇÃO E DA CADEIA DE FORNECEDORES EM TODO O CICLO DE VIDA DO PRODUTO. CONHEÇA ESSAS INICIATIVAS NOS SEGUINTE TRECHOS:*

*PROGRAMA ENCADEAMENTO PRODUTIVO (página 86)*

*PRÁTICAS PARA A ECONOMIA CIRCULAR (página 115)*

*ECOEFIÊNCIA NA CADEIA DE FORNECEDORES (página 116)*

*USO DE MATÉRIAS-PRIMAS MENOS IMPACTANTES (página 121)*



Foto de projeto apoiado pelo Instituto Lojas Renner



CICLO  
*ESTRATÉGICO* DE  
DESENVOLVIMENTO

# CICLOS DE

# *Desenvolvimento*

GRI 102-15



**N**as últimas três décadas, a Companhia vivenciou quatro ciclos de desenvolvimento do negócio, passando de uma empresa familiar à maior varejista de moda do país em faturamento, com cinco unidades de negócio.

Em 1991, no início do primeiro ciclo de desenvolvimento, eram oito lojas da Renner em operação. Em 2017, já no quarto ciclo, são 512 lojas entre Renner, Camicado e Youcom, em todas as regiões do Brasil e o princípio de uma operação internacional.

**Conheça ao longo deste capítulo detalhes sobre nossa estratégia e iniciativas do 4º ciclo de desenvolvimento, realizadas em 2017 e, no próximo capítulo, as diretrizes estratégicas de moda responsável que nos orientam a seguir crescendo com sustentabilidade.**



## Ciclos de desenvolvimento

Lojas no início e no final de cada ciclo

Expansão geográfica

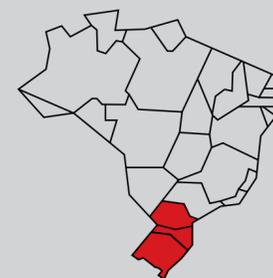
Principais características dos ciclos

### 1991-1998

#### 1º CICLO

Reposicionamento de empresa familiar e regional com profissionalização e expansão

08 - 21



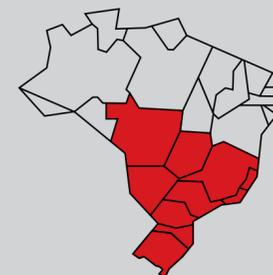
Loja especializada em moda, com foco na mulher  
Encantamento  
Reposicionamento da marca  
Expansão para SC, PR e SP

### 1998-2005

#### 2º CICLO

Amadurecimento da gestão como subsidiária de empresa estrangeira

21 - 66



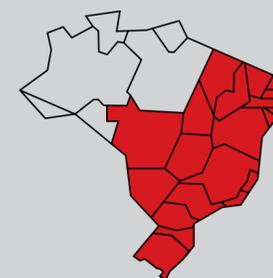
Criação do *Lifestyle*  
Novos processos e sistemas  
Sofisticação dos controles internos  
Expansão no SE e entrada no CO

### 2005-2012

#### 3º CICLO

Novo patamar de governança e estratégia de atuação

66 - 188



Listagem no Novo Mercado da B3, que exige adoção das melhores práticas de governança corporativa  
1ª *Corporation* do Brasil  
Novos produtos financeiros  
Entrada no NE e consolidação do mercado nacional

### 2012-2019

#### 4º CICLO

Modernização, ganhos de qualidade, eficiência e agilidade para atender ao que o cliente deseja como, onde e na velocidade que ele deseja

188 - 512\*



\*Total em 2017



Evolução do *e-commerce*  
Foco em moda e produto  
Cultura de simplicidade e atitude  
Entrada em outras cadeias: Camicado, Youcom e Realize  
Desenvolvimento da reatividade da cadeia de fornecedores  
Início da internacionalização com entrada no Uruguai

# EXPANSÃO

GRI 102-10



Em 2017 abrimos 30 novas lojas da Renner - incluindo 3 no Uruguai-, 15 da Camicado e 25 da Youcom.

Considerando os três negócios, encerramos 2017 com 512 lojas e 655 mil m<sup>2</sup> de área de vendas, aumento de 15,3% e 12,0%, respectivamente.

Nosso plano de expansão prevê para 2021 um total de 450 lojas da Renner, 125 lojas Camicado, um potencial de 300 lojas Youcom e nova plataforma com marcas exclusivas para o *e-commerce*.

Em novembro de 2017, a inauguração da Renner no JK Iguatemi representou um marco importante para a Companhia, quando atingiu a marca de 500 lojas em operação.

## | OPERAÇÃO NO EXTERIOR

Em setembro, lançamos a marca Renner no Uruguai e, até o final de 2017, já contávamos com três unidades em operação no país.

O Uruguai apresenta uma economia estável, com elevado PIB per capita e possui similaridades com a região Sul do Brasil, onde está localizada a sede da Lojas Renner S.A. e um dos centros de distribuição da Empresa. As lojas têm o mesmo posicionamento do Brasil, com foco em mulheres de classe média/alta.

Essa expansão é um importante teste do nosso modelo de negócio fora do Brasil, que nos permite consolidar a infraestrutura tecnológica e de processos e absorver aprendizados.

As perspectivas são positivas, com uma boa aceitação do público uruguaio e, para 2018, estão previstas duas novas lojas no país.

Também contamos com um escritório na China que, em 2017, passou por expansão do número de colaboradores.

# TRANSFORMAÇÃO *Tecnológica*



Nos últimos anos temos trabalhado intensamente na revisão e modernização tecnológica da nossa operação, dando mais eficiência ao negócio e nos preparando para os desafios futuros de um mundo cada vez mais digital e conectado.

O ano de 2017 foi um período de conclusão de importantes projetos tanto na estrutura tecnológica da Companhia quanto na oferta de melhores experiências digitais e de um atendimento cada vez mais multicanal para encantar o cliente.

# PRINCIPAIS PROJETOS DE EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E DIGITAL EM 2017



## APOIO À GESTÃO E PROJETOS INTERNOS

### IMPLANTAÇÃO TECNOLÓGICA DAS NOVAS OPERAÇÕES

#### REALIZE

Conclusão da implantação dos sistemas e plataformas de produtos financeiros mais robustos, modernos, flexíveis e ágeis.

Transferência da base de mais de 20 milhões de cartões Renner para nova plataforma de produtos financeiros. Um dos maiores tombamentos dos últimos cinco anos no Brasil.

#### URUGUAI

Concluimos toda infraestrutura e sistemas necessários para operação do Uruguai com tecnologia preparada para expansão internacional.

### DIGITALIZAÇÃO DE PROCESSOS INTERNOS

Novo modelo da operação da Realize com digitalização do atendimento por meio de dispositivos móveis, o que dá mais mobilidade e agilidade e irá evitar o uso de 14 mil m<sup>2</sup> das lojas, que poderão ser usados para a venda de produtos.

Relatórios de venda e estoque *online* que facilitam e agilizam gestão das lojas.

Projeto piloto do novo Encantômetro 100% *online* com resultados computados automaticamente.

Protótipo de inteligência artificial em 2 módulos:

**FERA (Ferramenta Especialista de Recomendação)**, que deu mais agilidade e eficiência ao atendimento de chamados de Produtos Financeiros.

**BELA**, assistente virtual que apoia os colaboradores da Companhia na abertura de chamados e esclarecimento de dúvidas de tecnologia e sistemas.



## MELHORES EXPERIÊNCIAS DIGITAIS PARA NOSSOS CLIENTES

### I MODERNIZAÇÃO DO E-COMMERCE

O novo *site* e aplicativo da Renner lançados em 2017 trouxeram novas funcionalidades e melhor experiência para o usuário:

- melhor visualização de produtos;**
- customização da navegação;**
- busca por comando de voz;**
- lista de desejos;**
- pré-venda de produtos;**
- login* via redes sociais;**
- simplificação no acesso dos usuários (cadastro, recuperação de senha, etc.);**
- solicitação de devolução *online*;**
- pagamento de carnês e faturas *online*;**
- cartão digital no *app*; e**
- solicitação muito mais ágil do cartão e com possibilidade de ser feito pelo aplicativo em 2018.**



### NOVO *SITE* DE PRODUTOS FINANCEIROS

Novo *site* de pagamentos dos produtos financeiros e unificação do aplicativo da Realize com o da Renner, facilitando ao cliente realizar a operação que precisar.

### ATENDIMENTO POR DISPOSITIVOS MÓVEIS

Algumas lojas, inicialmente, passaram a usar dispositivos móveis para atender os clientes que trouxeram facilidades como:

**pré *check out* das compras enquanto o cliente aguarda seu chamado no caixa;**

***check out* móvel, em que o cliente pode finalizar suas compras com o apoio de vendedores sem precisar ir ao caixa; e**

**uso de leitores para checar estoque e informar ao cliente a disponibilidade da peça desejada.**

# EVOLUÇÃO

## *Logística*



Em 2017 seguimos evoluindo nosso sistema logístico por meio de importantes avanços para promover ganhos de agilidade, de eficiência e de sinergia.

Como resultado das iniciativas desenvolvidas ao longo do ano, conquistamos melhorias no indicador de pontualidade das entregas, redução das rupturas e otimização de transporte, oferecendo aos nossos clientes o produto certo no momento certo.

## GANHOS DE SINERGIA E INTEGRAÇÃO DAS OPERAÇÕES LOGÍSTICAS

Otimizamos o investimento já realizado em nossos dois centros de distribuição automatizados em Santa Catarina e no Rio de Janeiro, expandindo o uso de suas capacidades de processamento após o encerramento do centro de distribuição de São Bernardo do Campo (SP).

Com essa reorganização, transferimos as operações logísticas da Youcom de São Paulo para Santa Catarina, potencializando a sinergia com as operações da Renner ao possibilitar o transporte conjunto de produtos até as lojas.

Ao mesmo tempo, inauguramos uma nova operação logística em Arujá (SP), no formato de *cross docking*, ou seja, não há o armazenamento, apenas o recebimento dos veículos provenientes dos Centros de Distribuição e a reorganização das cargas em veículos menores, que levam os produtos até seu destino final, dando maior velocidade no atendimento das lojas em total integração com as demais operações.

Para potencializar ainda mais os ganhos de sinergia e eficiência, no ano, também concluímos o projeto de revisão de nossa malha logística, que prepara a operação logística para suportar o desenvolvimento do negócio e diversos projetos nos próximos anos.



## ENCANTANDO CLIENTES



O modelo *push and pull*, que substitui o fluxo em que a logística “empurra” produtos para as lojas para um que se baseia na reposição dos itens que foram vendidos, continua evoluindo. Concluímos a implantação desse modelo para os itens básicos, apurando ganhos de eficiência e garantindo o abastecimento preciso das lojas, de acordo com a demanda. Assim, reduzimos rupturas e desperdícios de transporte e oferecemos ao cliente o produto desejado, na hora em que ele o deseja.

Em 2017, também implementamos um novo processo, em conjunto com diferentes áreas da empresa, de sincronização do *Preview* (desfile da Renner que apresenta as novas coleções) com a disponibilidade desses novos produtos, simultaneamente, nas lojas e no *site*.

EM 2017 REALIZAMOS A PRIMEIRA OPERAÇÃO LOGÍSTICA DE EXPORTAÇÃO PARA O URUGUAI NO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO DE SANTA CATARINA, QUE PASSOU A ATENDER AS TRÊS PRIMEIRAS LOJAS ABERTAS NO EXTERIOR.

## | AGILIDADE

Reduzimos o prazo de entrega para nossas lojas em 2 dias e alcançamos nossos melhores resultados no indicador de pontualidade das entregas em lojas.

No *e-commerce*, aprimoramos nossa operação de logística e passamos a processar os pedidos em menos de 24 horas em nosso centro de distribuição.

## | EQUIPE ENGAJADA

Medimos o engajamento das equipes da Logística e alcançamos o melhor resultado nos últimos anos, com nível de engajamento de 70%, aumento expressivo de 19 p.p. em relação ao ano anterior. O avanço é reflexo das ações de desenvolvimento de lideranças, fundamentais para o plano de evolução logística.

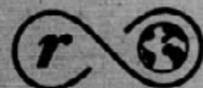
## | ATUAÇÃO RESPONSÁVEL

Promovemos *workshops* sobre Logística Sustentável, engajando nossos times e parceiros sobre temáticas socioambientais relevantes para a operação.

Além disso, mantivemos nossa parceria com a Childhood Brasil, com o Programa na Mão Certa, sensibilizando nossos parceiros de logística a erradicar a exploração sexual de crianças e adolescentes nas estradas brasileiras. Em 2017, participamos do evento anual do programa e desenvolvemos ações de comunicação sobre o tema em todas as operações logísticas.



PRODUZIDA  
COM  
MATÉRIA-PRIMA  
RECICLADA.



MODA RESPONSÁVEL

MODA *RESPONSÁVEL*

# ESTRATÉGIA

A preparação para o futuro da Companhia é direcionada por um objetivo constante: fazer moda de maneira responsável.

Para isso, possuímos quatro diretrizes estratégicas de sustentabilidade, com cinco objetivos transversais às áreas do negócio, para evoluir nossa gestão frente aos principais desafios socioambientais de nossa atuação, mitigando riscos, inovando no desenvolvimento de soluções sustentáveis e gerando valor para sociedade.

Os subcapítulos a seguir são dedicados a apresentar nossa atuação em cada uma das diretrizes estratégicas para a moda responsável. Além disso, na parte "Moda Responsável: nossa atuação em detalhes", aprofundamos os temas, trazendo informações detalhadas sobre cada diretriz de sustentabilidade.

## 1 FORNECEDORES RESPONSÁVEIS

### OBJETIVO 1

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

## 2 GESTÃO ECOEFICIENTE

### OBJETIVO 2

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

### OBJETIVO 3

Inovar no desenvolvimento de matérias-primas e processos menos impactantes

## 4 PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS

### OBJETIVO 5

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

## 3 ENGAJAR: COLABORADORES COMUNIDADES E CLIENTES

### OBJETIVO 4

4.1 Engajar colaboradores (agentes e líderes em sustentabilidade):

4.2 Comunidades (empoderamento da mulher na cadeia textil):

4.3 Clientes (consumo consciente)

MODA  
RESPONSÁVEL

CADEIA DE *valor*

**A**linhada à nossa atuação voltada à moda responsável, em 2017 a Camicado iniciou o desenvolvimento de seu planejamento estratégico de sustentabilidade, a partir de uma série de encontros de um grupo de trabalho formado por diversas áreas do negócio: compras, estilo, *marketing*, RH, gestão administrativa e regionais de lojas.

O projeto resultou na definição de quatro temas prioritários que irão orientar o desenvolvimento e aprimoramento de boas práticas em sustentabilidade, da Camicado, nos próximos três anos:

### **1. ORIGEM JUSTA E RESPONSÁVEL:**

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

### **2. CONSUMO CONSCIENTE:**

capacitação de equipes e conscientização do cliente para o tema.

### **3. DESTINAÇÃO ADEQUADA:**

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

### **4. PESSOAS:**

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

Saiba mais sobre esse programa na página 101.



# FORNECEDORES



GRI 102-9, 204-1

# RESPONSÁVEIS

Trabalhamos próximos de nossos fornecedores buscando apoiar seus ciclos de desenvolvimento e sustentabilidade e promover seu alinhamento aos nossos objetivos e valores.

## PERFIL DOS NOSSOS FORNECEDORES\*

Nossa cadeia em 2017 somou **R\$ 3,9 bilhões** em volume de negócios com **1.752** fornecedores.

### 497 FORNECEDORES DE REVENDA TÊXTIL

Empresas que fabricam os produtos vendidos nas lojas da Renner e da Youcom.

**R\$ 2,7 bilhões** destinados a esses fornecedores em 2017 (69% em volume de negócios com fornecedores).

**75%** nacionais\*\*

**25%** internacionais\*\*

Além de **960** empresas contratadas por nossos fornecedores de revenda

\*Fornecedores da Lojas Renner S.A.

\*\*% do total de volume de negócios de fornecedores de revenda.

### 1.255 FORNECEDORES ADMINISTRATIVOS\*\*\*

Empresas que fornecem outros produtos e serviços.

**R\$ 1,2 bilhão** destinados a esses fornecedores em 2017 (31% em volume de negócios com fornecedores).

**97%** nacionais e

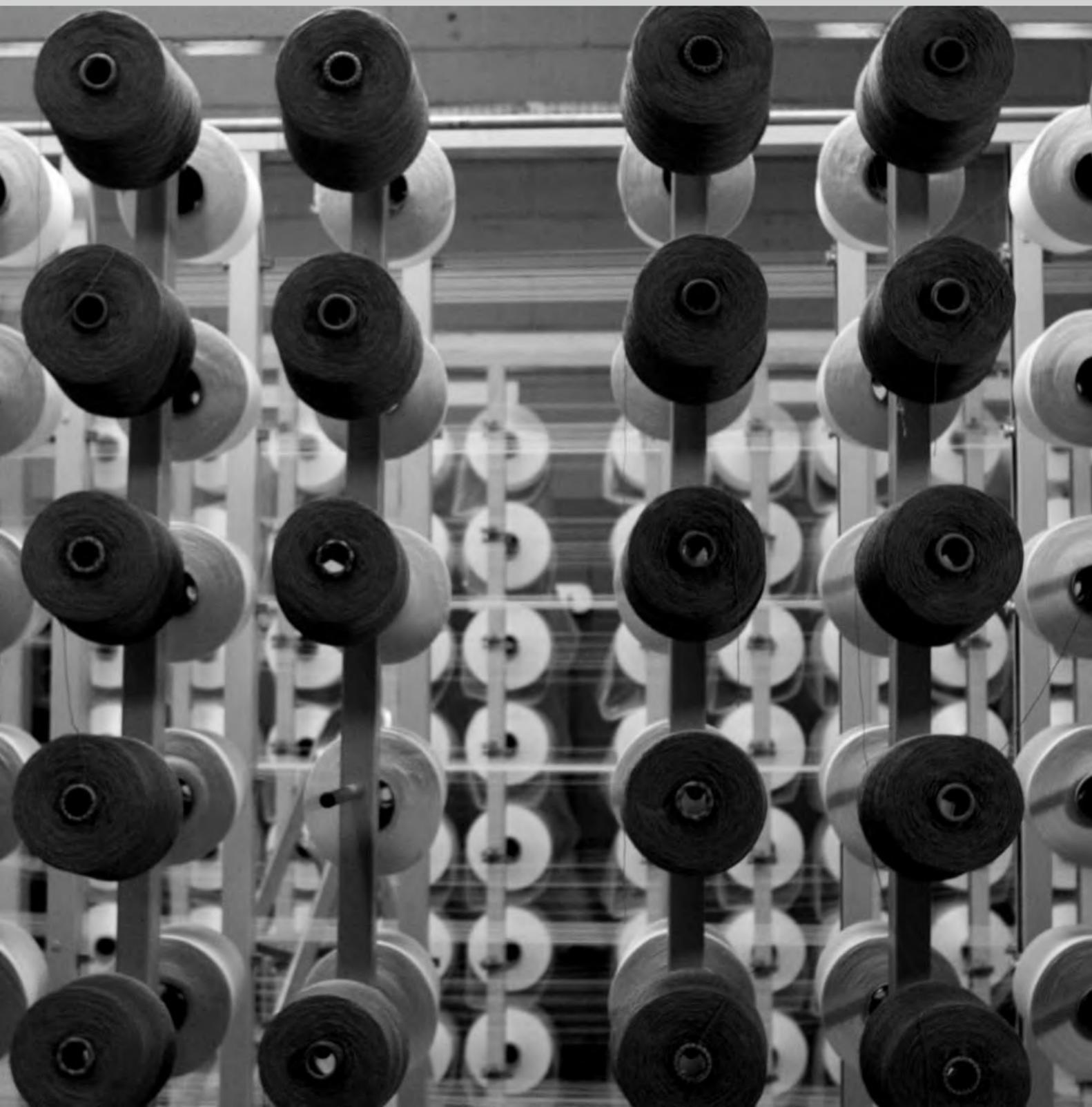
**3%** de outros países

\*\*\* Número total contempla fornecedores administrativos controlados pela área de Gestão de Fornecedores Administrativos.



Foto realizada em fornecedor da Lojas Renner S.A.

Foto realizada em fornecedor da Lojas Renner S.A.



## GESTÃO DOS FORNECEDORES ADMINISTRATIVOS

Conduzimos um processo de gestão dos fornecedores administrativos considerados de maior criticidade socioambiental:

### CONSTRUÇÃO CIVIL

**4% DOS FORNECEDORES  
ADMINISTRATIVOS\***

conformidade em legislação  
trabalhista e direitos humanos.

*\*em número de fornecedores*

### LOGÍSTICA

**9% DOS FORNECEDORES  
ADMINISTRATIVOS**

mitigação de impacto ambiental  
das emissões de gases de  
efeito estufa e sensibilização  
sobre direitos humanos.

Conheça em detalhes o processo de gestão dos fornecedores de construção civil e logística (página 82).

# GESTÃO E CICLO DE RELACIONAMENTO DOS FORNECEDORES DE REVENDA TÊXTIL NACIONAL

## 01 | HOMOLOGAÇÃO

Garantia do cumprimento legal e alinhamento aos nossos valores por meio de avaliação de documentos, entrevistas e visitas técnicas.

*Assinatura de contrato comercial e termo de compromisso de adesão a boas práticas trabalhistas alinhadas ao código de Ética e Conduta da Companhia.*

## 02 | MONITORAMENTO E CONTROLE

**3.595** visitas técnicas a **100% dos fornecedores** de confecção, acessórios e calçados nacionais, todos certificados pela ABVTEX (Associação Brasileira do Varejo Têxtil).

*Acompanhamento do desempenho operacional, financeiro e de responsabilidade social dos fornecedores de jeans/sarja, tecido plano, malha, calçados, lingerie e linha praia com o Índice de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF).*

### EVOLUÇÃO EM 2017:

Início da estruturação das visitas em fornecedores internacionais.

Ampliação das visitas técnicas para fornecedores de beleza da marca Alchemia, da Renner.

Aprimoramento do processo de rastreabilidade de pedidos, que verifica se os contratados de nossos fornecedores têxteis nacionais da Renner e Youcom envolvidos na produção estão de acordo com as condições exigidas pela Companhia.

Diagnóstico ambiental da cadeia de fornecedores para dar base ao início do monitoramento ambiental em 2018.

Criação da matriz de risco, que visa aprimorar o processo de planejamento de visitas técnicas, resultando em uma maior eficiência em sua aplicação.

## 03 | DESENVOLVIMENTO

Programas de apoio ao desenvolvimento de fornecedores para garantir produtos competitivos e responsáveis:

Programa de **Melhoria Contínua (PMC)**

Programa de **encadeamento produtivo**

Financiamento **BNDES**

Pesquisa de **Relacionamento**

Conselho de **Fornecedores**

Programa **Ecoeficiência na Cadeia de Fornecedores**

## 04 | QUALIDADE

Em todas as fases do processo produtivo, fazemos testes e inspeções para garantir a qualidade e padrão dos produtos de acordo com 12 manuais de qualidade específicos.

Conheça em detalhes o processo de gestão dos fornecedores de revenda (página 84).



**E**m 2017, a gerência de gestão de fornecedores de revenda, composta pelas áreas de Desenvolvimento de Fornecedores, Conformidade e Qualidade, passaram a compor a Diretoria de Supply Chain, buscando maior sinergia para entregar aos clientes o produto certo, no momento certo, no local certo, alinhado aos requisitos de sustentabilidade.

A **Diretoria de Supply Chain** conecta todos os elos e etapas do ciclo de relacionamento com nossos fornecedores de revenda, desde a homologação desses parceiros comerciais até a entrega, em nossas lojas, de produtos:

**responsáveis** (gestão da conformidade dos fornecedores de revenda);

**competitivos** (desenvolvimento dos fornecedores de revenda);

**com qualidade** (gestão da qualidade dos fornecedores de revenda); e

e na **hora certa** (gestão da logística).

Adicionalmente, na Diretoria Comercial, foi implementado um setor de *sourcing* corporativo, desenhado por uma equipe multidisciplinar para unificar a estratégia de compras de fornecedores de revenda, que até então era realizada por cada marca da Renner, gerando, assim, benefícios como:

**melhor adequação** dos volumes de compra *versus* a capacidade dos fornecedores, permitindo a eles maior planejamento com visão de futuro das perspectivas de produção de até seis meses; e

**captação de sinergias** entre as várias marcas, apoiando a especialização de fornecedores e a melhoria das margens dos produtos.



# GESTÃO



## *Ecoeficiente*

IDENTIFICAR, MENSURAR E REDUZIR

Nossa gestão para ecoeficiência tem foco em identificar oportunidades de redução no consumo, no descarte e nas emissões de gases de efeito estufa em nossa operação própria e oportunidades de melhoria nos processos e no uso de matérias-primas menos impactantes na cadeia de moda.

### ENERGIA

#### REDUÇÃO DO CONSUMO

↓ **3,01%** no consumo de energia nas lojas\*

↓ **14%** no consumo de energia por m<sup>2</sup> de 2010 a 2017\*

#### AMPLIAÇÃO DE FONTES RENOVÁVEIS

Projeto piloto no Rio de Janeiro para uso de energia solar em quatro lojas da Renner

**33%** de energia da Renner consumida proveniente de fontes renováveis

### EMISSÕES

de gases de efeito estufa (GEE)

↓ neutralização de **100%** das emissões da Lojas Renner S.A. referente a 2016.

### RESÍDUOS

**97%** de resíduos reciclados das lojas da Renner e dos Centros de Distribuição.

\*Considerando um grupo de 248 lojas da Renner que, para efeito de comparabilidade, já possuíam um ano completo de consumo.

# MATÉRIAS-PRIMAS E PROCESSOS MENOS IMPACTANTES

## PROCESSOS MENOS IMPACTANTES NA CADEIA

Além da avaliação do licenciamento ambiental dos fornecedores nacionais de revenda, em 2017 iniciamos um diagnóstico de seu desempenho ambiental em relação a:

**Gestão de resíduos sólidos e efluentes**

**Gestão de químicos**

**Gestão da água**

O objetivo é, em 2018, realizar o diagnóstico em **100%** dos fornecedores nacionais de revenda de confecção, calçados, acessórios e beleza (marca própria Alchemia) em relação a esses temas e criar indicador de desempenho para estimular seu desenvolvimento e melhoria.

## PROCESSOS MENOS IMPACTANTES NAS CONSTRUÇÕES E REFORMAS

Desde 2014, adotamos princípios sustentáveis na construção e reforma de nossas lojas. Em 2017, já contávamos com uma loja com a certificação **LEED**, referência global em práticas de construção sustentáveis, no nível *GOLD*, e temos outras duas lojas e nossa nova sede administrativa em processo de certificação.

## PRODUTOS MENOS IMPACTANTES

Em 2017, iniciamos a promoção da transição do negócio para a economia circular e o uso de matérias-primas menos impactantes. Saiba mais sobre as diversas iniciativas realizadas no capítulo **Produtos e Serviços Sustentáveis**, na página 114.



# ENGAJAMENTO



Acreditamos no potencial do conscientizar e engajar nossos clientes, colaboradores e comunidades, sobre a sustentabilidade, como uma importante alavanca para o seu encantamento por uma moda responsável nos diversos elos de nossa cadeia de valor.



## CICLO VIRTUOSO DO ENGAJAMENTO



Profissionais engajados evoluem pessoal e profissionalmente e encantam clientes.



Clientes encantados são fiéis, e clientes fiéis geram resultados consistentes.



Resultados consistentes sustentam uma empresa saudável.



Uma empresa saudável gera e compartilha valor à sociedade e públicos com os quais se relaciona.

## 01 | COLABORADORES

### CICLO DE DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA

**Avaliação de competências realizada por 88% dos colaboradores.**

**Planos de Desenvolvimento Individuais (PDIs)**, realizado por cada colaborador após sua avaliação, para desenvolver as competências com base nos *feedbacks* recebidos e nas suas expectativas de carreiras.

**Ações de desenvolvimento para lideranças**, como a Convenção Anual de Líderes e as Capacitações no modelo 70/20/10, além de ações específicas de desenvolvimento como *Assessments* e *Coaching* Executivo.

**Ações de desenvolvimento para todos os colaboradores**, como o Magia, encontro anual de desdobramento da Convenção de Líderes para disseminação de cultura, valores e estratégia do negócio junto aos colaboradores da Renner e Camicado, cada um com as especificidades do seu negócio.

Em 2017, na Renner, foi lançado o RED *Experience*, plataforma de eventos que discute tendências, vanguardas e inovações. Foram 12 palestras em 2017 com temas relacionados a economia circular, responsabilidade na cadeia de fornecimento, diversidade racial, de gênero e gerações, novas tecnologias e comportamentos.

**88%** no índice de engajamento na Renner desde 2015.

**23** pontos percentuais acima da média do varejo no Brasil de acordo com a AON Hewitt.

## 02 | CLIENTES

**96,4%** de clientes Renner satisfeitos ou muito satisfeitos.

Novas **etiquetas educativas** em produtos sustentáveis.  
Serviços pós-consumo nas lojas da Renner, como o Ecoestilo e a Logística reversa de roupas (saiba mais no próximo capítulo).

## 03 | COMUNIDADES

Empoderamento econômico e social da mulher na cadeia têxtil, por meio do Instituto Lojas Renner, em duas frentes:

**Projetos nas 4 etapas da cadeia têxtil: matéria-prima, produção, varejo e pós-consumo.**

**R\$ 4,7 milhões** investidos em 2017 e **12,4 mil** beneficiados.



# PRODUTOS E

# *Serviços sustentáveis*



Trabalhamos a partir da análise de toda a cadeia de valor do negócio para entregar linhas de produtos e serviços sustentáveis, com qualidade, e comunicar esse valor para nossos clientes.

PRODUZIDA  
COM MATÉRIA-PRIMA  
RECICLADA.

  
RENNER



## ECONOMIA CIRCULAR

### MELHORIA DE PROCESSOS PRODUTIVOS

Projeto junto aos fornecedores nacionais de revenda das cadeias de malha e jeans, em parceria com a *Ellen MacArthur Foundation* e com a *Universidade de São Paulo (USP)*, para minimizar a geração de resíduos têxteis dos fornecedores de revenda da Companhia, apoiar o uso das sobras para produção de novos tecidos, que devem ser usados em novos produtos (reciclagem).

**Reciclagem de 390 toneladas de tecidos** em 2017 que foram reinseridos na cadeia produtiva e transformados em novos produtos.

### SERVIÇOS PÓS-CONSUMO

**29,5 toneladas** de resíduos de embalagens e frascos de produtos de perfumaria e beleza, recolhidos e destinados adequadamente pelo **EcoEstilo**, que existe desde 2011.

Ampliação do projeto piloto de logística reversa de roupas pós-consumo, iniciado em 2016, para 15 lojas em 2017. As peças coletadas serão destinadas:

à criação de novas peças por organizações sociais apoiadas pelo Instituto Lojas Renner (processo de *upcycling*);

à doação a organizações sociais; ou

à transformação em fibra para reinserção no ciclo como nova matéria-prima reciclada.

## USO DE MATÉRIAS-PRIMAS MENOS IMPACTANTES EM 2017

### ARTIFICIAIS

LIOCEL

### NATURAIS

ALGODÃO CERTIFICADO

### RECICLADAS

FIO RECICLADO A PARTIR DE RESÍDUOS PLÁSTICOS (PET) OU TÊXTEIS

## RESULTADOS NOS PRODUTOS EM 2017

**193,9 mil peças de Liocel**

**1,6 milhão de peças com fios reciclados**

**1,3 milhão de peças com algodão certificado**

**192** modelos com novas *tags* que identificam e explicam aos nossos clientes sobre os produtos feitos com matérias-primas menos impactantes.

Uso de matéria-prima reciclada em **264** cortinas de provedores em lojas da Renner e da Youcom e em **1.180** sacolas para uso no interior das lojas da Renner.



COMO *GERAMOS VALOR*

CENÁRIO 2017 *GRI 102-7*

## Recursos

*Ativos tangíveis e intangíveis essenciais à sustentação do nosso negócio e a geração de valor.*

## RECURSOS FINANCEIROS

**R\$ 550,4** milhões de investimento em sistemas, instalações, lojas, eficiência logística, etc.

**R\$ 7,4 bilhões** captados por meio da receita de vendas de mercadorias e produtos e serviços financeiros

Valor de mercado das **713.235.181** ações de **R\$ 25,3 bilhões**

**R\$ 659,8** milhões de endividamento líquido

## NOSSOS RELACIONAMENTOS

**20.994** colaboradores

Cerca de **15 milhões** de usuários conectados à Renner, Camicado e Youcom por meio do Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter e Blog das marcas

**1.752** empresas fornecedoras, das quais:

**497** que fabricam os produtos vendidos nas lojas e

**1.255** de produtos e serviços administrativos\*

## RECURSOS MATERIAIS

**512** lojas com **655 mil m²**

*E-commerce* Renner, Camicado e Youcom

**4** Centros de Distribuição com **120 mil m²**

Dois lojas e prédio da sede administrativa sustentáveis. Reformas e novas lojas construídas com melhores práticas de ecoeficiência

## RECURSOS NATURAIS

Consumo de outros recursos naturais, ainda não mensurados de forma consolidada, na operação das lojas e matérias-primas na cadeia de produção

**700,6** mil GJ de energia elétrica consumida

## Atuação

*Como geramos valor a partir dos recursos*

## Como geramos valor financeiro

Distribuimos lucro aos acionistas

Geramos empregos e renda diretos e indiretos (cadeia de valor)

Contribuímos com a economia pagando impostos, taxas e contribuições

Apoiamos a disponibilidade de recursos financeiros de nossos clientes de produtos financeiros

## Como geramos valor não financeiro

Estimulamos nosso fornecedores a melhorarem suas práticas de sustentabilidade (pg. 86)

Apoiamos o empoderamento das mulheres e empregabilidade por meio do Instituto Lojas Renner (pg. 109)

Contribuímos com o desenvolvimento do setor têxtil brasileiro por meio da participação na ABVTEX e no IDV (instituto de Desenvolvimento do Varejo)

Projetos de inovação para minimizar o impacto ambiental no uso e manipulação de matérias-primas e na revisão de processos de produção (pg. 116) em parceria com a *Ellen MacArthur Foundation*, organização especializada na promoção do desenvolvimento sustentável e economia circular e USP (Universidade de São Paulo)

Endossamos compromissos de nações e empresas para o desenvolvimento sustentável (pg.72)

## Interferências

*Principais riscos à geração de valor (saiba mais na página 34.)*

## Externas

Alterações nas condições econômicas locais e globais

Inadimplência de clientes

Política fiscal e monetária

Ações regulatórias

## Internas

Falhas nos processos e nas operações

Erros de coleções e produtos

Perdas no nível de encantamento dos clientes

Descumprimento de leis, regulamentos, princípios e regras em nossa operação

Relacionamentos que violem nossos compromissos éticos e sustentáveis

Danos à reputação

Tomada de decisão da administração que gerem perdas

## Resultados

*Valor gerado a partir da nossa atuação com todos os nossos públicos e a sociedade que dão sustentação ao negócio e a geração de valor.*

## Financeiros

**R\$ 2,1 bilhões** em impostos e taxas a serem revertidos pelos governos para desenvolvimento do País

**R\$ 1,0 bilhão** em remuneração aos empregados

**R\$ 3,7 bilhões** em pagamento aos fornecedores

**R\$ 4,7 milhões** em Investimento Social Privado

**R\$ 293,2 milhões** em dividendos e juros sobre o capital próprio distribuídos aos acionistas

**R\$ 728,6 milhões** de remuneração de capital de terceiros (instituições financeiras e aluguéis)

## Não Financeiros

Uma das melhores empresas para trabalhar pela Você S/A e Valor Carreira e **88%** de engajamento dos colaboradores, índice recorde

**6** fornecedores das cadeias do jeans, malha e tecido plano beneficiados pelo projeto de estímulo à produção mais limpa e **390** toneladas de resíduos têxteis reaproveitadas

Neutralização, em 2017, de **100%** das emissões de gases de efeito estufa de 2016

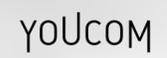
Mais de **12 mil** pessoas beneficiadas pelos projetos do Instituto Lojas Renner

Redução de **3,0%** no consumo de energia das lojas da Renner (considerando a mesma base de lojas que em 2016)

**22,8 milhões** de clientes encantados, satisfeitos e muito satisfeitos com os produtos e serviços da Renner (pg. 112)

\*Número total contempla fornecedores administrativos controlados pela área de Gestão de Fornecedores Administrativos.

LOJAS RENNER S.A

 RENNER  CAMICADO  youcom  realize

2017

MODA RESPONSÁVEL:  
NOSSA ATUAÇÃO EM DETALHES



*Nesta parte, você conhecerá informações e indicadores detalhados sobre os temas relevantes para a sustentabilidade do negócio.*





COMPROMISSOS  
*ENDOSSADOS*



GRI 102-12

**A** Lojas Renner S.A. apoia compromissos de organizações, nacionais e internacionais, reconhecidas na promoção do desenvolvimento sustentável.

Esses compromissos fortalecem a construção de negócios sustentáveis, pela adoção, em nossas operações, de valores e princípios que contribuem com a promoção dos direitos humanos, o respeito às relações de trabalho, a preservação do meio ambiente, o combate a todas as formas de corrupção e o empoderamento da mulher.



## PACTO GLOBAL DA ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU)



Iniciativa global que une empresas e organizações em torno de dez princípios para apoiar os Direitos Humanos, boas práticas trabalhistas, preservação do meio ambiente e combate à corrupção. Saiba mais sobre a iniciativa em: <http://www.pactoglobal.org.br/>

## OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

Agenda do Pacto Global para engajamento do setor privado, com 17 objetivos e 169 metas a serem alcançadas pelos 193 países-membros até 2030. Conheça a correspondência entre os indicadores GRI deste relatório e os ODS apoiados, ao final desta publicação, no índice remissivo, e saiba mais sobre o tema em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/>

## PRINCÍPIOS PELO EMPODERAMENTO DE MULHERES (ONU MULHERES)

Ação global da ONU Mulheres e do Pacto Global para apoiar a comunidade empresarial a incorporar valores e práticas de negócio que levem à equidade de gênero e ao empoderamento de mulheres. Saiba mais sobre a ação em: <http://www.onumulheres.org.br/>

## PACTO NACIONAL PELA ERRADICAÇÃO DO TRABALHO ESCRAVO

Rede brasileira de signatários gerida pelo Instituto do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPacto) que promove a prevenção e a erradicação do trabalho escravo nas cadeias produtivas no País. Saiba mais sobre a ação em: <http://www.inpacto.org.br>

## PROGRAMA NA MÃO CERTA

Iniciativa da Organização Childhood Brasil, que busca erradicar a exploração sexual de crianças e adolescentes nas rodovias brasileiras. Saiba mais sobre a ação em: [www.childhood.org.br](http://www.childhood.org.br)



GR 102-13

**P**articipamos também ativamente da liderança e atuação de organizações para o desenvolvimento do setor.

## ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VAREJO TÊXTIL (ABVTEX)

Atuamos em seu Conselho Fiscal, participamos das reuniões de Diretoria Executiva e de diversos grupos com focos específicos: Conformidade e Qualidade, Cadeia de Suprimentos.

## FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS E DE SERVIÇOS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL (FECOMÉRCIO/RS)

Somos membro do Comitê Técnico de Relações Sindicais e do Trabalho da Federação.

## INSTITUTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO VAREJO (IDV)

Nossa participação no IDV remonta a 2004, quando nosso atual Diretor Presidente José Galló, ajudou a fundar a instituição. Hoje, participamos do conselho, do Comitê de Sustentabilidade e do Comitê de Pessoas do instituto.



# FORNECEDORES *RESPONSÁVEIS*

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

# PRINCIPAIS IMPACTOS

## *da Cadeia*

GRI 308-2, 408-1, 409-1, 411-1, 414-2



**C**ONHEÇA O PERFIL DA CADEIA DE FORNECEDORES DA COMPANHIA EM 2017 NA PÁGINA 56.

Foto realizada em fornecedor da Lojas Renner S.A.

# FORNECEDORES ADMINISTRATIVOS

## I SOCIAIS

Dentre os fornecedores administrativos, os principais impactos sociais se dão nos segmentos de construção civil e logística.

Na construção civil, conforme estudo apresentado em 2017 no Encontro Nacional da Indústria de Construção (ENIC), são empregados no Brasil 2,2 milhões de pessoas formalmente e cerca de 2 milhões informalmente, ou seja, à parte da legislação trabalhista, o que configura o cenário de risco de impacto negativo. Esse segmento de fornecedores é relevante para o negócio, considerando o cenário de expansão contínua, com um ritmo intenso de abertura de novas lojas e reformas ao longo dos últimos anos.

Já no segmento de logística, no transporte rodoviário das nossas mercadorias, a exploração sexual infantil nas estradas é o maior potencial de risco identificado.

## I AMBIENTAIS

Do ponto de vista ambiental, a construção civil e a logística também são os principais segmentos de potencial impacto.

A construção civil é um dos setores que mais consomem recursos naturais, desde a produção dos insumos até a execução da obra e sua operação. Além disso, é a atividade que mais gera resíduos no País atualmente, representando mais de 60% do total de resíduos gerados, segundo a Associação Brasileira para Reciclagem de Resíduos da Construção Civil e Demolição (Abrecon).

O setor de logística e transportes é um intenso consumidor de combustíveis e, como consequência, também um significativo emissor de gases de efeito estufa.

Conheça nossas iniciativas para minimizar os impactos ambientais no capítulo Ecoeficiência.

*PARA MITIGAR OS RISCOS DE IMPACTOS NEGATIVOS TANTO ENTRE OS FORNECEDORES DE REVENDA COMO NOS FORNECEDORES ADMINISTRATIVOS, REALIZAMOS UM PROCESSO DE GESTÃO DO NOSSO RELACIONAMENTO COM ESSES PÚBLICOS. SAIBA MAIS NO SUBCAPÍTULO A SEGUIR "GESTÃO DO RELACIONAMENTO".*

# FORNECEDORES *DE REVENDA*



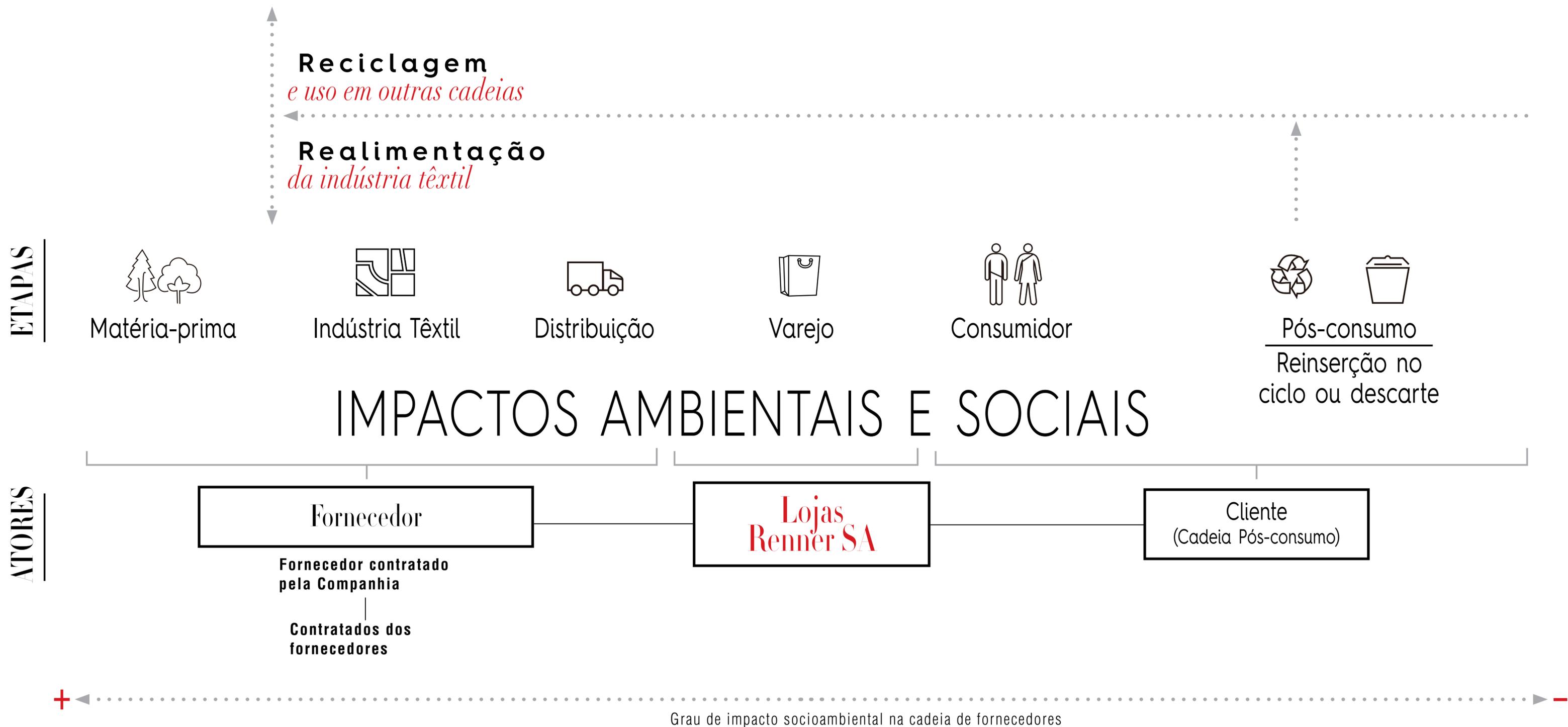
## | SOCIAIS

Devido ao alto índice de terceirização e pulverização do processo produtivo têxtil no Brasil, identificamos um ambiente suscetível à geração de impactos negativos em relação a direitos humanos e trabalhistas.

## | AMBIENTAIS

Os principais impactos ambientais da cadeia de fornecimento de revenda da Companhia são o consumo de recursos naturais e a geração de resíduos nos seus processos de produção, que podem ser minimizados por iniciativas tanto na cadeia produtiva quanto no pós-consumo.

# PRINCIPAIS IMPACTOS SOCIOAMBIENTAIS DA CADEIA DE VALOR DO SETOR TÊXTIL



# PROMOÇÃO da Sustentabilidade

## | ÉTICA E SUSTENTABILIDADE NA CADEIA DE FORNECIMENTO

GRI AF1, AF6, AF7, 308-1, 308-2, 407-1, 410-1, 414-1, 414-2

Nosso Código de Ética e Conduta apresenta os valores e princípios a serem observados em nossas relações com todos os públicos do negócio, inclusive, com nossos parceiros comerciais – os fornecedores administrativos e de revenda da Companhia.

Todos os nossos fornecedores administrativos e de revenda, no ato da contratação, assinam Contrato Comercial e Termo de Compromisso de Conduta Responsável, em que eles declaram estar de acordo com as condutas esperadas e em assumi-las em suas operações.

Além do Termo de Compromisso, temos um ciclo consistente de gestão e de relacionamento dos fornecedores administrativos e de revenda da Companhia

identificados com maior risco de impacto, que se baseia nos pilares de Homologação e Monitoramento e Controle (para fornecedores administrativos e de revenda), e de Desenvolvimento (para fornecedores de revenda nacionais).

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

*Conheça o histórico da evolução de nossa gestão de fornecedores na página 81 e, na sequência, informações detalhadas sobre nossos programas e iniciativas com esse público.*

TEMAS DO TERMO DE COMPROMISSO  
DE CONDUTA RESPONSÁVEL:

**TRABALHO INFANTIL;**  
**TRABALHO FORÇADO OU TRABALHO  
ESCRAVO OU ANÁLOGO A ESCRAVO;**  
**SAÚDE E SEGURANÇA;**  
**LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO;**  
**DISCRIMINAÇÃO;**  
**PRÁTICAS DISCIPLINARES;**  
**EXPEDIENTE DE TRABALHO;**  
**REMUNERAÇÃO;**  
**LEGALIDADE; E**  
**PRÁTICAS ANTICORRUPÇÃO.**

## EVOLUÇÃO DA GESTÃO DE FORNECEDORES

Qualidade

Conformidade e desenvolvimento

Conformidade

					- Readequação da estrutura e dos procedimentos de garantia da qualidade	- Revisão dos critérios de qualidade dos procedimentos de inspeção - Padronização das etiquetas de itens obrigatórios para ganho de qualidade na internacionalização da Renner	
- Associação à ABV-TEX	- Início do Programa de certificação ABVTEX  - Estruturação do Programa Crescendo Juntos e das Escolas de Costura (Instituto Lojas Renner)	- Certificação ABVTEX em 100% dos fornecedores de vestuário no estado de São Paulo (Brasil)  - Estruturação do Departamento de Gestão de Fornecedores de Revenda e do Índice de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF)  - Programa de capacitações para fornecedores	- Certificação ABVTEX em 100% dos fornecedores de vestuário em todo o Brasil  - Equipe interna de visitas técnicas  - Programa de Melhoria Contínua	- Certificação ABVTEX em calçados e acessórios  - Programa de Melhoria Contínua com foco em Qualidade	- Certificação ABVTEX em 100% dos fornecedores nacionais de vestuário, calçados e acessórios  - Reestruturação da gestão em duas áreas: Conformidade e Desenvolvimento  - Estruturação de sistema de visitas técnicas próprio  - Programa Melhoria Contínua com foco em <i>Lean Manufacturing</i>  - Programa de Monitoramento de Risco	- Certificação ABVTEX em 100% dos fornecedores nacionais de vestuário, calçados e acessórios  - Inclusão de avaliação financeira no IDGF e ampliação para 100% da cadeia de jeans, malha e tecido plano  - Conselho de Fornecedores  - Projeto Encadeamento Produtivo  - Acesso a linhas de crédito BNDES	- Certificação ABVTEX em 100% dos fornecedores nacionais de vestuário, calçados e acessórios  - Ampliação das visitas técnicas de conformidade nos fornecedores de beleza, da marca Alchemia, da Renner  - Rastreabilidade de pedidos apoiando mapeamento da cadeia de fornecimento  - Visitas técnicas na homologação de fornecedores internacionais  - Diagnóstico ambiental na cadeia  - Projeto de Ecoeficiência na Cadeia de Fornecedores junto a fornecedores de malha e jeans  - Pesquisa de Relacionamento de Fornecedores
1999	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
					- Programa de Qualificação do Departamento de Arquitetura e Engenharia, avaliando conformidade de fornecedores de construção civil por meio de homologação e visitas nas obras e alojamentos	- Programa de Parceria com fornecedores do Departamento de Arquitetura e Engenharia - Ampliação do IDGF para fornecedores de construção civil com avaliação comercial, técnica e de conformidade	- Ampliação do processo de homologação também para fornecedores de manutenção

# FORNECEDORES *ADMINISTRATIVOS*

GRI 308-1, 308-2, 407-1, 410-1, 414-1, 414-2

## I HOMOLOGAÇÃO

Adicionalmente ao Contrato Comercial e Termo de Compromisso de Conduta Responsável, desde 2015, promovemos uma gestão específica de fornecedores administrativos do setor de construção civil, considerados críticos, a fim de garantir o respeito aos compromissos assumidos, bem como a eficiência e a qualidade nos processos de produção.

Os fornecedores de construção civil passam por um processo inicial de seleção e homologação em que são avaliadas as suas práticas, compromissos e aspectos ligados aos seguintes temas:

***segurança do trabalho;***

***meio ambiente;***

***responsabilidade social*** (trabalho infantil, forçado ou análogo a escravo, trabalho estrangeiro irregular, liberdade de associação, discriminação, abuso e assédio, compensação, horas trabalhadas, benefícios);

***monitoramento da cadeia produtiva; e***

***cumprimento de documentação obrigatória.***

Nessa 1ª fase, é realizada uma análise da documentação inicial por empresa especializada contratada para esse fim.

**EM 2017, REALIZAMOS 91 NOVOS PROCESSOS DE HOMOLOGAÇÃO, SENDO QUE FORAM AVALIADOS 100% DOS FORNECEDORES DE CONSTRUÇÃO CIVIL – QUE ENGLOBALAM CONSTRUTORAS, GERENCIADORAS E ESCRITÓRIOS DE ARQUITETURA.**

Em relação aos fornecedores de logística e seus colaboradores, promovemos, nos Centros de Distribuição, a sensibilização regular de combate à exploração sexual infantil nas rodovias, a fim de capacitar multiplicadores alinhados com o nosso compromisso com o Programa Na Mão Certa, promovido pela Childhood Brasil.

Além disso, em 2017, passamos a fazer parte do Programa de Logística Verde Brasil (PLVB) que deve apoiar nosso trabalho para minimizar as emissões de gases de efeito estufa de nossos parceiros de logística.

Saiba mais na página 92.



## I MONITORAMENTO E CONTROLE

Monitoramos nossa cadeia de fornecedores de construção civil (diretos) e seus contratados (indiretos), a fim de garantir continuamente o respeito à legislação, aos princípios acordados e às boas práticas e a ética na condução dos negócios, identificando aspectos para melhorias nas práticas e processos desses fornecedores.

Para isso, promovemos visitas técnicas, realizadas por empresa especializada, nos canteiros de obras e alojamentos, avaliando construtoras, gerenciadoras e seus fornecedores. As visitas acontecem sem agendamento prévio, são orientadas por um *checklist* e preveem entrevistas com trabalhadores, a fim de captar a percepção real da rotina de trabalho e das práticas das empresas fornecedoras.

Cada visita resulta na geração de um relatório que é encaminhado à empresa avaliada para adequações ou, até mesmo, descredenciamento.

**EM 2017, FIZEMOS 210 VISITAS TÉCNICAS DE MONITORAMENTO EM OBRAS NO BRASIL E NO URUGUAI, 26% A MAIS QUE NO ANO ANTERIOR, E 71 VISITAS EM ALOJAMENTOS NO BRASIL, 6% A MENOS POR CONTA DA REDUÇÃO DO NÚMERO DE ALOJAMENTOS. COM ISSO, GARANTIMOS A AVALIAÇÃO DE 100% DAS OBRAS EM SUAS DIFERENTES ETAPAS.**



# FORNECEDORES *DE REVENDA*

GRI 308-1, 308-2, 407-1, 410-1, 414-1, 414-2, AF2, AF3, AF4, AF8, AF9, AF10, AF12, AF13, AF14, AF15, AF16, AF17

## I HOMOLOGAÇÃO

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

As empresas que atendem aos nossos requisitos podem iniciar relação comercial com a Companhia e devem assinar o contrato comercial e o Termo de Compromisso de Conduta Responsável, descritos anteriormente, na página 80.

Depois do processo de homologação e assinatura do contrato, os novos fornecedores são convidados a participarem de um encontro em nossa sede, o “Programa Boas-vindas”, em que apresentamos o jeito Renner de ser e atuar e fazemos sua integração com todas as áreas da Companhia com quem terão interface.

EM 2017, 100% DOS 42 NOVOS FORNECEDORES NACIONAIS DE REVENDA CONTRATADOS PASSARAM PELO PROCESSO DE HOMOLOGAÇÃO. ALÉM DISSO, TODOS OS FORNECEDORES NACIONAIS DE CONFECÇÃO, ACESSÓRIOS E CALÇADOS SÃO CERTIFICADOS PELA ABVTEX (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VAREJO TÊXTIL), QUE AVALIA A SUA ADERÊNCIA ÀS BOAS PRÁTICAS CORPORATIVAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E MEIO AMBIENTE.

### *EVOLUÇÃO EM 2017:*

***INCLUÍMOS AVALIAÇÃO FINANCEIRA DOS FORNECEDORES DE REVENDA NO PROCESSO DE HOMOLOGAÇÃO, BUSCANDO ANALISAR A SAÚDE FINANCEIRA E A CAPACIDADE DE SUSTENTAÇÃO DOS NEGÓCIOS.***

***APRIMORAMOS O PROCESSO DE RASTREABILIDADE DE PEDIDOS, QUE CONSISTE EM VERIFICAR SE OS PRODUTOS TÊXTEIS DA RENNER E YOUCOM ESTÃO SENDO PRODUZIDOS PELAS EMPRESAS JÁ HOMOLOGADAS E COM AS CONDIÇÕES EXIGIDAS PELA COMPANHIA, AUXILIANDO NO MAPEAMENTO DA CADEIA DE FORNECIMENTO.***

***INICIAMOS A IMPLEMENTAÇÃO DE VISITAS TÉCNICAS NO PROCESSO DE HOMOLOGAÇÃO DE FORNECEDORES INTERNACIONAIS.***

***REALIZAMOS UM DIAGNÓSTICO AMBIENTAL NA NOSSA CADEIA DE FORNECEDORES NACIONAIS DE REVENDA, O RESULTADO SERVIRÁ COMO SUBSIDIO PARA AS AVALIAÇÕES AMBIENTAIS QUE SERÃO REALIZADAS EM 2018.***

## MONITORAMENTO E CONTROLE

A área de Conformidade de Fornecedores conduz o processo de visitas técnicas junto aos fornecedores e seus contratados nacionais de confecção, acessórios e calçados. A partir de 2017, a área ampliou o escopo realizando visitas técnicas nos fornecedores de beleza da marca Alchemia, da Renner, monitorando sua regularidade legal e responsabilidade social na cadeia de fornecimento.

Esta área é composta por um coordenador, uma equipe de nove analistas de campo – alocados em SP, SC e RS, que realizam visitas em todo o Brasil –, 1 assistente e 1 analista interno, que suportam o trabalho realizado pelos analistas de campo e são responsáveis pelo processo de homologação de fornecedores, indicadores e avaliação dos relatórios.

Os resultados das visitas são avaliados e, caso sejam identificadas não conformidades, solicitamos que o fornecedor execute um plano de ação com prazos pré-estabelecidos de resolução. Dependendo da criticidade da não conformidade, o fornecedor estará sujeito a descredenciamento da cadeia de fornecimento da Lojas Renner S.A.

Em 2017, criamos uma matriz de risco da cadeia de fornecimento nacional, visando aprimorar e dar mais eficiência ao processo de planejamento de visitas técnicas.

### EM 2017, REALIZAMOS 3.595 VISITAS TÉCNICAS PRESENCIAIS E DE *FOLLOW-UP*.

*NAS VISITAS TÉCNICAS PRESENCIAIS AOS FORNECEDORES DE REVENDA NACIONAIS SÃO FEITAS A AVALIAÇÃO DE SEU ALINHAMENTO E CONFORMIDADE AOS PRINCÍPIOS ESTABELECIDOS PELAS LOJAS RENNER S.A.*

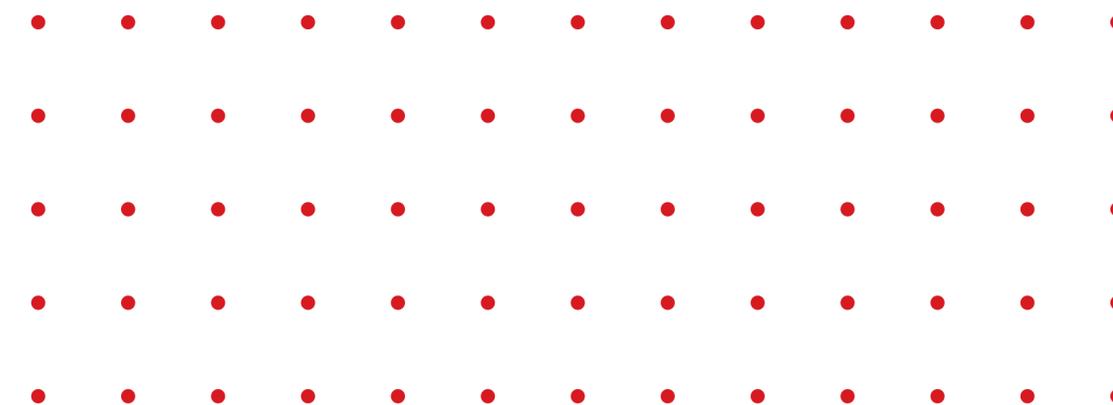
*NAS VISITAS DE FOLLOW-UP ACOMPANHAMOS OS FORNECEDORES JÁ AVALIADOS NAS VISITAS TÉCNICAS PRESENCIAIS PARA AVALIAR O ANDAMENTO DAS MELHORIAS DEFINIDAS NO PLANO DE AÇÃO.*

Nas visitas técnicas foram identificados, em 2017, 78 casos de descumprimento dos termos contratuais, que gerou 39 advertências e 39 suspensões. Em nove casos, realizamos o distrato comercial.

Além das visitas técnicas, monitoramos o desempenho dos fornecedores nacionais por meio do Índice de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF). Este Índice se baseia em avaliação mensal do desempenho de fornecedores em quesitos comerciais, logísticos, de qualidade, financeiros

e de responsabilidade social, considerando inclusive os resultados das visitas técnicas em suas métricas. Além de medir o desempenho do fornecedor, o IDGF também apoia e orienta a definição de programas de desenvolvimento de fornecedores.

**INICIALMENTE VOLTADO ÀS CADEIAS DE MALHA, TECIDO PLANO E JEANS, O IDGF, EM 2017, TEVE SEU ESCOPO AMPLIADO PARA AS CADEIAS DE *LINGERIE*, LINHA PRAIA E CALÇADOS. COMO RESULTADO DE TODAS AS INICIATIVAS IMPLEMENTADAS AO LONGO DO ANO, A PONTUAÇÃO DOS FORNECEDORES MELHOROU EM 12 P.P. ENTRE JANEIRO E DEZEMBRO DE 2017.**



## RECLAMAÇÕES E/OU DENÚNCIAS

Quando recebemos reclamação ou denúncia, seja por telefone, *e-mail*, visita técnica de conformidade, canais ABVTEX ou Canais específicos da Lojas Renner S.A., no prazo máximo de até cinco dias, agendamos uma visita de verificação da situação na qual aplicamos um relatório específico.

Em caso de denúncias, a área de *Compliance* da Lojas Renner S.A. é notificada para garantir os padrões de governança para a condução do caso.



## I DESENVOLVIMENTO AF5

Possuímos consciência do potencial de impacto positivo que podemos realizar na cadeia têxtil e, por isso, atuamos em iniciativas e programas de apoio ao desenvolvimento dos fornecedores de revenda no Brasil, apresentados a seguir.

**Programa de Melhoria Contínua (PMC):** em seu 5º ano consecutivo, em 2017 o programa teve foco no desenvolvimento de ações e planos junto aos fornecedores de revenda das cadeias de jeans e malha, aplicando os conceitos de *Lean Manufacturing* para buscar reduzir atrasos nos prazos de produção e a melhoria de qualidade dos produtos. Como resultado, o Índice de Desenvolvimento Global de Fornecedores (IDGF), da Renner, dos fornecedores participantes desse programa melhorou 13 pontos percentuais entre o primeiro e o último mês do ano.

**Programa Encadeamento Produtivo:** em 2017, a parceria com o Sebrae promoveu a capacitação de 64 empresas contratadas por nossos fornecedores, buscando aprimorar a qualidade dos produtos, aumentar sua eficiência e reduzir o tempo de produção. Foram 12 meses de capacitações em Gestão de Pessoas, Gestão

Financeira, Eficiência Energética e *Lean Manufacturing*, apresentando ferramentas e metodologias para melhoria de processos e eliminação de desperdícios.

A iniciativa é estratégica para integrar os elos da cadeia de valor, tendo a satisfação do cliente como foco principal. Ao apoiarmos o desenvolvimento dessas empresas, buscamos engajá-las aos nossos princípios de sustentabilidade, no aprimoramento da gestão socioambiental de suas operações, assim como aumentar a eficiência desses negócios com a consequente melhoria da qualidade de seus produtos.

**Financiamento BNDES:** em 2017, mantivemos a operação de financiamento junto ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para projetos de desenvolvimento voltados aos nossos fornecedores de revenda. Ao todo, o empréstimo neste ano destinou R\$ 1,4 milhão a essas empresas para expansão de sua capacidade produtiva, modernização de seus parques fabris e capacitação de suas cadeias. Iniciado em 2016, o financiamento já liberou um total de R\$ 1,65 milhão.

**Pesquisa de Relacionamento:** novo canal para que os fornecedores possam expressar suas opiniões e seu nível de satisfação com os processos e sistemas utilizados na interação com a Companhia. A pesquisa é uma importante ferramenta para identificar oportunidades de melhoria no relacionamento com esses parceiros.

**Conselho de Fornecedores:** formado por fornecedores nacionais de revenda estratégicos da Companhia, o Conselho é um fórum importante para trocas de experiências e discussões relevantes sobre temas de interesse comum, com o objetivo de construir uma cadeia eficiente, competitiva e sustentável.

OS FORNECEDORES QUE COMPÕEM O CONSELHO TAMBÉM SÃO CONVIDADOS A PARTICIPAR DOS EVENTOS *RED EXPERIENCE*, VOLTADOS AO DEBATE DE TEMAS RELEVANTES PARA A SUSTENTABILIDADE DO NEGÓCIO, E, POSTERIORMENTE, RECEBEM O CONTEÚDO DO EVENTO EM VÍDEO. SAIBA MAIS SOBRE O *RED EXPERIENCE* NA PÁGINA 107.

**Ecoeficiência na Cadeia de Fornecedores:** iniciamos em 2017 um projeto para que os fornecedores nacionais de revenda das cadeias de malha e jeans da Renner e da Youcom reduzam a geração de resíduos têxteis nos processos produtivos e usem as sobras restantes para a produção de tecidos para novas peças. Saiba mais na página 116.





# GESTÃO *ECOEFFICIENTE*

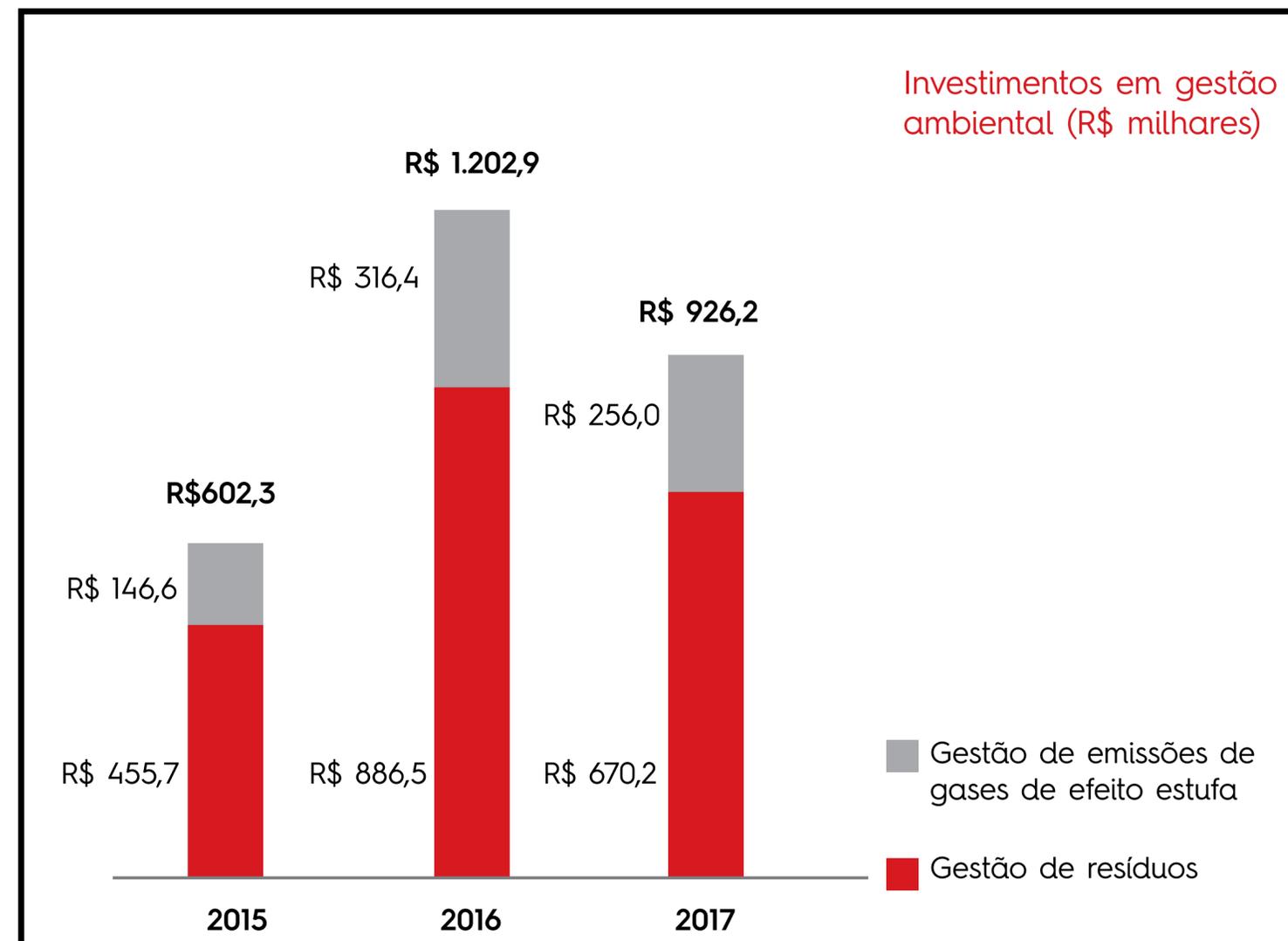
GRI 103-1, 103-2, 103-3



**P**ara garantir a sustentabilidade de nossa operação em longo prazo, temos consciência da importância de minimizar os impactos ambientais negativos do negócio. Esse compromisso faz parte do planejamento estratégico da Companhia por meio de dois objetivos principais: identificar, mensurar e reduzir o consumo de água, energia e químicos e a geração de resíduos e emissões de gases de efeito estufa; e inovar no desenvolvimento de matérias-primas e processos menos impactantes.

**EM 2017, INVESTIMOS R\$ 926,2 MIL EM GESTÃO AMBIENTAL.**

Conheça a seguir nossos indicadores de ecoeficiência e os principais projetos desenvolvidos ao longo do ano.



# LOJAS *Sustentáveis*

**A**tualmente, contamos com três lojas e nossa sede administrativa construídas sob as premissas do LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), sistema de certificação e orientação ambiental de edificações globalmente reconhecido que prevê menos consumo e descarte tanto no período de construção dos empreendimentos como também no dia a dia da sua operação. (saiba mais no último relatório, página 42, disponível em: <https://bit.ly/2H zr98e>).

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



# MUDANÇAS *Climáticas*

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

## EFICIÊNCIA ENERGÉTICA E ENERGIA RENOVÁVEL

Desde 2015 desenvolvemos o Projeto de Gestão de Energia e Ativos, que promove melhorias na tecnologia e inteligência no uso da infraestrutura das lojas da Renner para capturar oportunidades de redução do consumo. Nos últimos anos, temos alcançado ganhos relevantes em eficiência energética pelos seguintes meios: projeto que promove a troca de lâmpadas fluorescentes por LED, mais eficientes no consumo; pelo monitoramento remoto dos sistemas de 50 lojas; pelo uso de equipamentos mais eficientes e pela aplicação de um *checklist* de ações que geram economia.

Em 2017 concretizamos um projeto piloto de geração de energia solar, uma energia limpa e renovável, com menor impacto ambiental, que proporciona economia na conta de energia das lojas beneficiadas. O projeto contempla inicialmente quatro lojas da Renner, no Estado do Rio de Janeiro, e estudamos sua ampliação futura para outras unidades e os Centros de Distribuição.

### CONSUMO DE ENERGIA E INTENSIDADE ENERGÉTICA EM 2017 NA LOJAS RENNER S.A.

**LOJAS RENNER S.A.:**

**700.632 GJ** E INTENSIDADE ENERGÉTICA DE **1,08 GJ/M<sup>2</sup>** DE ÁREA DE VENDAS.

**Lojas da Renner:**

**622.078 GJ** e intensidade energética de **1,05 GJ/m<sup>2</sup>** de área de vendas;

**Lojas da Camicado:**

**58.428 GJ** e intensidade energética de **1,39 GJ/m<sup>2</sup>** de área de vendas;

**Lojas da Youcom:**

**20.126 GJ** e **1,54 GJ/m<sup>2</sup>** de área de vendas.

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

## EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE)

GRI 305-3

### RESULTADOS

Seguimos comprometidos com a gestão de nossas emissões de GEE a fim de contribuir com a redução do impacto das mudanças climáticas no planeta. Em 2017, pelo segundo ano consecutivo, compensamos 100% das emissões do ano anterior.

Além da mitigação, em 2017 iniciamos um trabalho robusto para definição de um compromisso corporativo de redução das emissões de GEE, bem como o desenvolvimento de um plano de redução das emissões com o envolvimento das áreas de maior impacto nas emissões do negócio, como Logística, Manutenção e Departamento de Arquitetura e Engenharia. O objetivo é de tornar público esse compromisso de redução em 2018, junto de um manifesto de intenções.

Neste contexto, nos tornamos membro do Programa de Logística Verde Brasil (PLVB), sob a coordenação do Laboratório de Transporte de Carga (LTC) da COPPE (Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), instituição com 10 anos de experiência no tema.

*EM 2017, NEUTRALIZAMOS 36.814 TONELADAS DE CO<sub>2</sub>, EQUIVALENTES EM UNIDADES DE CARBONO VERIFICADAS PELO PADRÃO VERIFIED CARBON STANDARD, COMPENSADAS POR MEIO DO APOIO AO PROJETO REDD+ JACUNDÁ, QUE PROMOVE A CONSERVAÇÃO DE 95,3 MIL HECTARES DE FLORESTA AMAZÔNICA NATIVA, A PROTEÇÃO DE SUA BIODIVERSIDADE E O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO DAS COMUNIDADES DA BACIA DO RIO MACHADO, EM RONDÔNIA (BRASIL).*

O PLVB tem como missão capturar, integrar, consolidar e aplicar conhecimentos com o objetivo de reduzir a intensidade das emissões de poluentes atmosféricos e de gases de efeito estufa (GEE), em particular o dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), e também aprimorar a eficiência da logística e do transporte de carga no Brasil. Para isso, desenvolve progressivamente um programa nacional de sustentabilidade em logística que dará autonomia e capacitará embarcadores, operadores de transporte, operadores logísticos e todos os demais agentes que apoiam e atuam nestas atividades.



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

## RESUMO DO INVENTÁRIO DE EMISSÕES DE GEE 2017

No cálculo do inventário de 2017 utilizamos, pela primeira vez, duas abordagens para o cálculo das emissões de escopo 2, aquele que leva em consideração a energia comprada e consumida pela organização.

**A primeira abordagem\*** é baseada na localização das unidades consumidoras de energia, e é tradicionalmente adotada pelo Programa Brasileiro GHG Protocol para contabilizações de escopo 2. Esta abordagem usa como fator de emissão a média dos fatores de emissão das diferentes fontes de geração de eletricidade que compõem o Sistema Interligado Nacional (SIN).

**A segunda abordagem\*** é baseada na escolha de compra, que usa o fator de emissão específico associado a cada fonte de geração da eletricidade que a Companhia escolheu adquirir e consumir, sendo necessário comprovar e rastrear sua origem.

Assim, pela primeira vez a Lojas Renner S.A. pôde contabilizar separadamente as emissões associadas à aquisição de fontes de energias renováveis do mercado livre.

**Levando-se em consideração a abordagem de localização, nossas emissões absolutas de GEEs em 2017 resultaram em 43.917,562 tCO<sub>2</sub>e. Entretanto, considerando a abordagem de escolha de compra, o resultado de emissões absolutas de GEEs em 2017 foi de 37.966,914 tCO<sub>2</sub>e. Esses resultados demonstram que a escolha de fontes de energias renováveis contribuem com a redução das emissões de GEEs.**

\*Informações baseadas na Nota Técnica Contabilização de Escopo 2, do Programa Brasileiro GHG Protocol.

FONTE DE EMISSÃO DE GEEs (tCO <sub>2</sub> e)	2015	2016	2017
<b>Emissão Escopo 1</b>			
Combustão estacionária	146,1	189,1	137,2
Fontes móveis	5,5	17,6	21,1
Equipamentos de refrigeração / ar condicionado	3.300,1	5.077,9	5.474,3
<b>TOTAL ESCOPO 1</b>	<b>3.451,8</b>	<b>5.284,7</b>	<b>5.632,8</b>
<b>Emissão Escopo 2</b>			
Eletricidade comprada e consumida (localização)	23.531,8	14.098,2	17.883,1
Eletricidade comprada e consumida (escolha de compra)	---	---	11.932,5
<b>TOTAL ESCOPO 2 (LOCALIZAÇÃO)</b>	<b>23.531,8</b>	<b>14.098,2</b>	<b>17.883,1</b>
<b>TOTAL ESCOPO 2 (ESCOLHA DE COMPRA)</b>	<b>---</b>	<b>---</b>	<b>11.932,5</b>
<b>Emissão Escopo 3</b>			
Resíduos Sólidos	294,3	270,7	489,5
Viagens a negócios	2.491,6	2.270,1	2.967,6
Transporte e distribuição ( <i>upstream</i> )	7.080,0	14.889,9	16.944,3
<b>TOTAL ESCOPO 3</b>	<b>9.865,9</b>	<b>17.430,7</b>	<b>20.401,5</b>
<b>TOTAL DAS EMISSÕES</b> (em toneladas de CO <sub>2</sub> e) - considerando escopo 2 pela abordagem de localização	<b>36.849,4</b>	<b>36.813,6</b>	<b>43.917,5</b>
<b>TOTAL DAS EMISSÕES</b> (em toneladas de CO <sub>2</sub> e) - considerando escopo 2 pela abordagem de escolha de compra	<b>---</b>	<b>36.813,6</b>	<b>37.966,9</b>
Intensidade de emissões (tCO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup> da área de vendas)	<b>0,069</b>	<b>0,063</b>	<b>0,068</b>

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

## TRANSPARÊNCIA E COMPROMISSOS

Alcançar bons resultados na gestão das emissões só é possível graças ao monitoramento contínuo.

**PELO QUINTO ANO CONSECUTIVO, NOSSO INVENTÁRIO DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) FOI PUBLICADO E VERIFICADO POR TERCEIRA PARTE, GARANTINDO A VERACIDADE DAS INFORMAÇÕES E RECEBENDO O SELO “GOLD” DO PROGRAMA BRASILEIRO GHG PROTOCOL.**

O inventário de 2017, que traz em detalhes os dados de emissões da tabela da página 93, estará disponível no registro público na plataforma do GHG Protocol Brasil a partir de agosto de 2018.

Com uma gestão sólida, bom desempenho e transparência no compromisso com o combate às mudanças climáticas, em 2017, pelo sétimo ano consecutivo, nos mantivemos no Índice Carbono Eficiente (ICO<sub>2</sub>) da B3 e respondemos voluntariamente ao questionário do Carbon *Disclosure Project* (CDP). O CDP é uma iniciativa que representa investidores institucionais que, juntos, movimentam mais de US\$ 100 trilhões por ano e tem o objetivo de promover a divulgação de informações sobre as políticas de mudanças climáticas pelas empresas listadas nas principais bolsas de valores do mundo.



# RESÍDUOS

GRI 306-2

**P**romovemos um Programa de Gestão de Resíduos Sólidos na Renner, aderente à Política Nacional de Resíduos Sólidos, para controlar e reduzir riscos e impactos negativos ao meio ambiente.

O Programa busca minimizar nossa geração de resíduos, adequar sua segregação na origem, assegurar o manuseio, acondicionamento e disposição final dos resíduos corretamente, incentivar a reciclagem e realizar a gestão integrada dos resíduos sólidos.

Os resíduos recicláveis da nossa operação administrativa são destinados ao Centro de Triagem Vila Pinto (CTVP), localizado nos arredores da sede da Companhia, em Porto Alegre (RS). O CTVP é um dos núcleos do Centro de Educação Ambiental (CEA), localizado na Vila Pinto, fundado há 18 anos pela iniciativa de um grupo de mulheres da comunidade, com o objetivo de transformar a condição

de pobreza e violência a que estavam submetidas e buscar alternativas para garantir sua independência e qualidade de vida.

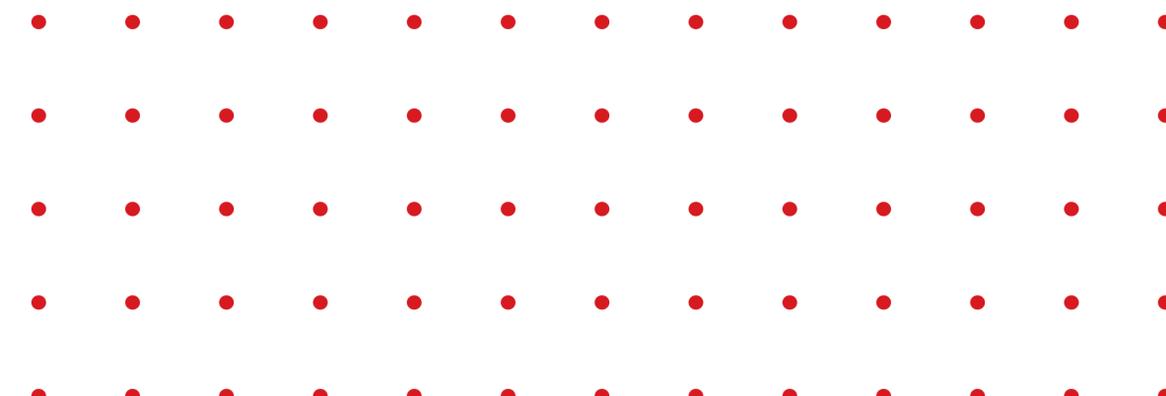
**AO ENVIARMOS OS RESÍDUOS PARA O CTVP, ALÉM DE GARANTIRMOS SEU DESCARTE CORRETO, TAMBÉM APOIAMOS A GERAÇÃO DE RENDA DAS MULHERES DAQUELA COMUNIDADE.**

Nos últimos anos, por meio do Instituto Lojas Renner, investimos na ampliação do CTVP e na realização de melhorias estruturais, operacionais e de condições de trabalho do Centro, que é considerado referência no Estado do Rio Grande do Sul para Centros de Triagem.

Os resíduos recicláveis das lojas, por sua vez, são enviados ao Centro de Distribuição, de onde recebem a destinação final correta.

*EM 2017, RECICLAMOS 2.369 TONELADAS DE RESÍDUOS, O QUE REPRESENTA 97% DO TOTAL DE 2.442 TONELADAS DE RESÍDUOS\* GERADOS NAS LOJAS DA RENNER E CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO, REINSERINDO-OS NO CICLO PRODUTIVO AO INVÉS DE TEREM SUA DISPOSIÇÃO FINAL EM ATERROS.*

\*Esse total considera resíduos monitorados em kg e não inclui móveis descartados nas reformas e nem resíduos orgânicos.





# ENGAJAMIENTO

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

# COLABORADORES



# DIVERSIDADE E EQUIDADE DO QUADRO DE COLABORADORES



GRI 102-7, 102-8, 405-1

## PERFIL DE DIVERSIDADE DO QUADRO DE COLABORADORES LOJAS RENNER S.A.

	 				
<p><b>20.994*</b> COLABORADORES</p> <p><b>BRASIL</b> CENTRO OESTE 1.372 (6,59%) NORDESTE 2.449 (11,77%) NORTE 758 (3,64%) SUDESTE 9.621 (46,23%) SUL 6.609 (31,76%) <b>URUGUAI</b> 185 (0,88%)</p>	<p><b>13.887</b> MULHERES (66,15%)</p> <p><b>7.107</b> HOMENS (33,85%)</p>	<p><b>20.112</b> COM CONTRATOS POR TEMPO INDETERMINADO (95,80%)</p> <p><b>882</b> DETERMINADO (4,2%)</p> <p><b>65</b> ESTAGIÁRIOS</p>	<p><b>20.396</b> DE PERÍODO I N T E G R A L (97,15%)</p> <p><b>598</b> PARCIAL (2,85%)</p>	<p><b>12.341</b> ATÉ <b>29</b> ANOS (58,78%)</p> <p><b>7.907</b> ENTRE <b>30</b> E <b>49</b> ANOS (37,66%)</p> <p><b>732</b> COM <b>50</b> ANOS OU MAIS (3,49%)</p>	<p><b>2.171</b> LIDERANÇA (10,34%)</p> <p><b>18.823</b> DEMAIS COLABORADORES (89,66%)</p>

\*O total considera também os colaboradores afastados. Por este motivo, difere do total apresentado nas Demonstrações Financeiras, de 19.989, que considera somente os ativos.

## ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA DA LOJAS RENNER S.A.



Diretoria	<b>30%</b>	<b>70%</b>	<b>30%</b>	<b>70%</b>
			30-49 anos	50 anos ou +
Conselho	<b>27%</b>	<b>73%</b>	<b>27%</b>	<b>73%</b>

## LIDERANÇA

	RENNER	CAMICADO	YOUCOM	REALIZE	TOTAL GERAL
feminino	1.103	198	56	3	1.360
masculino	695	73	35	8	811
total geral	1.798	271	91	11	2.171
% feminino	61,35%	73,06%	61,54%	22,27%	62,64%
% masculino	38,65%	26,94%	38,46%	77,73%	37,36%

## DEMAIS COLABORADORES

	RENNER	CAMICADO	YOUCOM	REALIZE	TOTAL GERAL
feminino	11.388	811	307	21	12.527
masculino	5.588	491	191	26	6.296
total geral	16.976	1.302	498	47	18.823
% feminino	67,08%	62,29%	61,65%	44,68%	66,55%
% masculino	32,92%	37,71%	38,35%	55,32%	33,45%





GRI 401-3

## INDICADORES DE LICENÇA PARENTAL\*

### LICENÇA MATERNIDADE

Licenças encerradas até 2017: 409

Total de colaboradoras que retornaram ao trabalho após a licença: 404

**Taxa de retorno: 98,8%**

Total de colaboradoras que em 2017 completaram 12 meses desde seu retorno da licença: 333

Total que permaneceu após esses 12 meses: 184

**Taxa de retenção: 55,3%**

### LICENÇA PATERNIDADE

Licenças encerradas até 2017: 154

Total de colaboradores que retornaram ao trabalho após a licença: 153

**Taxa de retorno: 99,4%**

Total de colaboradores que em 2017 completaram 12 meses desde seu retorno da licença: 146

Total que permaneceu após esses 12 meses: 95

**Taxa de retenção: 65,1%**

\* Dados referentes à Renner

## PROMOÇÃO DA DIVERSIDADE

Em 2017, a Camicado desenvolveu um projeto de inclusão e estímulo à diversidade com foco em quatro frentes:

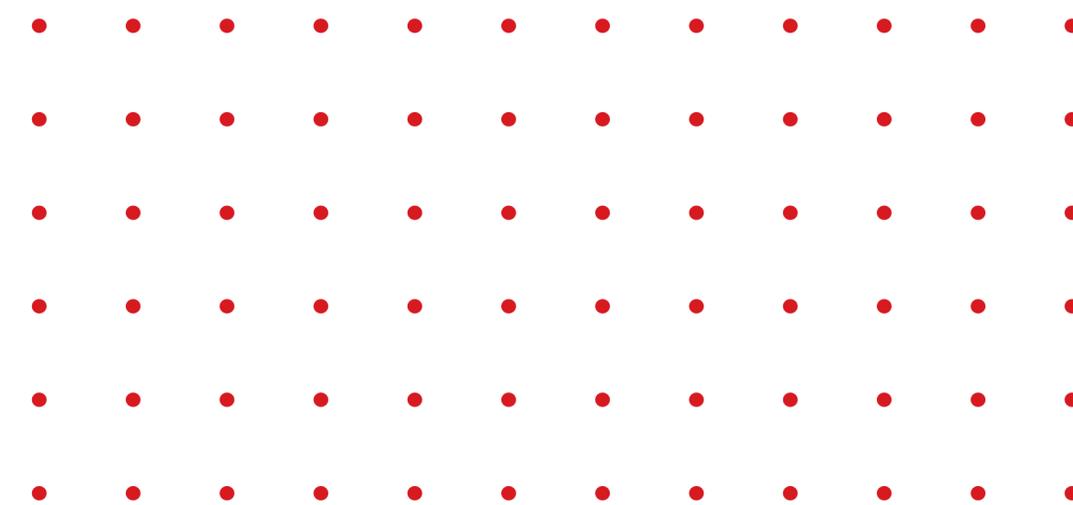
**Inclusão de aprendizes PcDs (Pessoa com Deficiência)** – realização de programas para a inclusão desses profissionais com conscientização e engajamento sobre a importância da integração e da diversidade junto aos times. Além disso, foi estabelecida a parceria com uma instituição social de apoio ao desenvolvimento de aprendizes surdos para contratação de 27 jovens, em 2018. Os jovens serão capacitados teoricamente pela instituição em curso, com foco em atendimento de loja, informática, português, matemática e processos administrativos. A segunda etapa é uma imersão no negócio, vivenciando o dia a dia da loja com colaboradores e clientes.

**Inclusão de refugiadas** – em 2017, a Camicado participou do programa EMPODERA – criado pela Lojas Renner S.A., por meio do Instituto Lojas Renner e a ONU Mulheres. No programa foram capacitadas 15 refugiadas e, destas, 5 foram efetivadas na Camicado.

Saiba mais sobre o projeto Empoderando refugiadas na página 109.

**Programa Maturidade** – a Camicado realiza ações direcionadas à contratação de colaboradores acima dos 40 anos, perfil que sofre resistência por parte do mercado de trabalho, mas que tende a ter maior maturidade emocional, empoderamento e vivência de vida – fatores que agregam valor ao negócio, pelo fato deste público apresentar maior empatia com os clientes.

Em 2017 esse público representava 19% do quadro de colaboradores da Camicado e apresentou nível de engajamento superior à média geral da empresa.



# PESQUISA DE *ENGAJAMENTO*

**M**antemos um relacionamento próximo de nossos colaboradores e queremos estimulá-los sempre a alcançarem todo o seu potencial para desenvolvimento pessoal e profissional na Companhia. Por isso, investimos no estabelecimento de um clima favorável no ambiente de trabalho, onde as pessoas se sintam valorizadas e reconhecidas – o que apoia nosso objetivo de atrair e manter os melhores talentos, em linha com um dos Valores de nossa Companhia: “Gente” (saiba mais na página 14).

Realizamos, anualmente, uma pesquisa de engajamento – *online*, de forma voluntária e anônima – com todos os colaboradores da Renner e da Camicado, que tem mostrado que estamos no caminho certo.

**NA RENNER, A PESQUISA É REALIZADA HÁ MAIS DE 20 ANOS E, EM 2017, ALCANÇAMOS 95% DE ADESÃO À PESQUISA E RESULTADO DE 88% DE ENGAJAMENTO, SUPERIOR AOS 87% DO ANO ANTERIOR E EM NÍVEL MUITO SUPERIOR À MÉDIA GLOBAL DO SETOR DE VAREJO DE MODA, QUE É DE 65%, SEGUNDO DADO FORNECIDO PELA AON HEWITT.**

**NA CAMICADO, A PESQUISA É REALIZADA HÁ 3 ANOS E, EM 2017, TEVE ADESÃO DE 92% E ENGAJAMENTO DE 83%, SUPERIOR AO ALCANÇADO EM 2016, QUE FOI DE 79%.**



*A PESQUISA DE ENGAJAMENTO TAMBÉM AVALIA A PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES EM RELAÇÃO AO TEMA DIVERSIDADE. EM 2017, ESSE ÍNDICE CHEGOU A 88% DE PERCEPÇÃO POSITIVA ENTRE OS COLABORADORES DA RENNER E 89% ENTRE OS COLABORADORES CAMICADO.*

# CICLO DE *CARREIRA*



Proporcionamos um ciclo de carreira estruturado, com processos e ferramentas para desenvolver e apoiar colaboradores e líderes na gestão de suas carreiras.

## I DEFINIÇÃO DE METAS

Anualmente, são definidas metas para os colaboradores e equipes em linha com a estratégia da Companhia para o ano seguinte, que são a base para o alcance da remuneração variável das lideranças.

## AVALIAÇÃO DE COMPETÊNCIAS GRI 404-3

Promovemos um processo de Avaliação de Competências que possibilita o *feedback* aos líderes e demais colaboradores sobre seus resultados, que serve como um momento de orientação e reflexão em relação à sua carreira e, também, como base para a construção do plano de desenvolvimento individual das competências (PDI).

A Avaliação acontece em quatro etapas:

**1. Autoavaliação:** o próprio colaborador avalia os seus resultados, com base nas competências e nos comportamentos esperados para sua posição.

**2. Avaliação do gestor:** o líder avalia o colaborador nas mesmas competências e comportamentos, com o objetivo de ajudá-lo a explorar suas habilidades e identificar o que pode ser desenvolvido.

**3. Feedback:** durante o processo de avaliação de competências, o colaborador recebe um *feedback* formal de seu gestor imediato, onde são discutidos os resultados

obtidos e os comportamentos apresentados no último ciclo. É um momento para que se tenham conversas de carreira e que se planejem ações de desenvolvimento.

**4. Visto:** o colaborador valida seu processo em portal virtual da Companhia.

Essas etapas da avaliação de competências são realizadas para o colaborador e para o líder. A diferença se dá na periodicidade: duas vezes por ano para os colaboradores e uma para as lideranças.

Nos ciclos de avaliação de 2017, dentre todos os elegíveis nesses processos, 88% concluíram suas avaliações, sendo 67% mulheres e 33% homens.

## DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA

Em 2017, aprimoramos nosso sistema, proporcionando a todos os colaboradores novas funcionalidades para o desenvolvimento de suas carreiras, como o PDI *online*, que disponibiliza um acervo de ações de aprendizagem para todas as competências da Companhia, baseados na metodologia 70/20/10, que estimula a aprendizagem por meio de diferentes experiências e situações (a metodologia prega que 70% do aprendizado se dá na prática – *on the job* –, 20% por meio de interações de colaboração – *feedbacks* e *coaching* – e 10% de modo formal – cursos e palestras).

## AValiação DE POTENCIAL, SUCESSÃO E ACELERAÇÃO DE PRONTIDÃO

A Companhia possui um Programa de Sucessão que tem como principal objetivo garantir a preparação de líderes que possam dar suporte ao plano de expansão da Companhia. O programa utiliza uma metodologia que, por meio da avaliação de competências de potencial e de resultados de performance, auxilia na identificação de executivos com alto potencial, para os quais é desenvolvido um plano estruturado de desenvolvimento de sucessores.



# EDUCAÇÃO CORPORATIVA



O núcleo de Gente e Desenvolvimento promove a educação corporativa da Renner com foco em desenvolver as competências essenciais para o negócio, por meio de capacitações presenciais ou virtuais e desenvolvimento estruturado *on the job*.

## PILARES DO MODELO DE EDUCAÇÃO CORPORATIVA RENNER

- 01 | LIDERANÇA INSPIRADORA
- 02 | GESTÃO DO NEGÓCIO
- 03 | CULTURA DO ENCANTAMENTO
- 04 | MODA E PRODUTO
- 05 | SUSTENTABILIDADE

Assim, buscamos preparar os colaboradores para os desafios atuais e futuros, tendo sempre as estratégias do negócio como direcionadores.



## LIDERANÇAS

A fim de alavancarmos resultados, engajamento e práticas de gestão de pessoas, contamos com capacitação e desenvolvimento de lideranças em temas comportamentais, sobre negócio, gestão e técnicas, norteadas por nossos valores e competências organizacionais, voltadas ao fortalecimento dos líderes da Renner, Camicado, Youcom e Realize.

Investimos continuamente em programas estruturados para este público e de orientação para o desenvolvimento de sua carreira, com iniciativas como desafios estratégicos no dia a dia, capacitações executivas, *coaching* executivo e *mentoring*, entre outros.

Em 2017 foi desenvolvida uma plataforma virtual de educação corporativa especialmente para lideranças.

## DEMAIS COLABORADORES

**TAMBÉM TEMOS UMA CULTURA SÓLIDA DE FORMAÇÃO DE TALENTOS INTERNOS, SUSTENTADA POR AÇÕES COMO:**

### Boas-vindas

Programa de integração de novos colaboradores na Lojas Renner S.A., que visa disseminar os fundamentos corporativos, as diretrizes estratégicas, políticas institucionais e práticas de gestão de pessoas.

### Magia

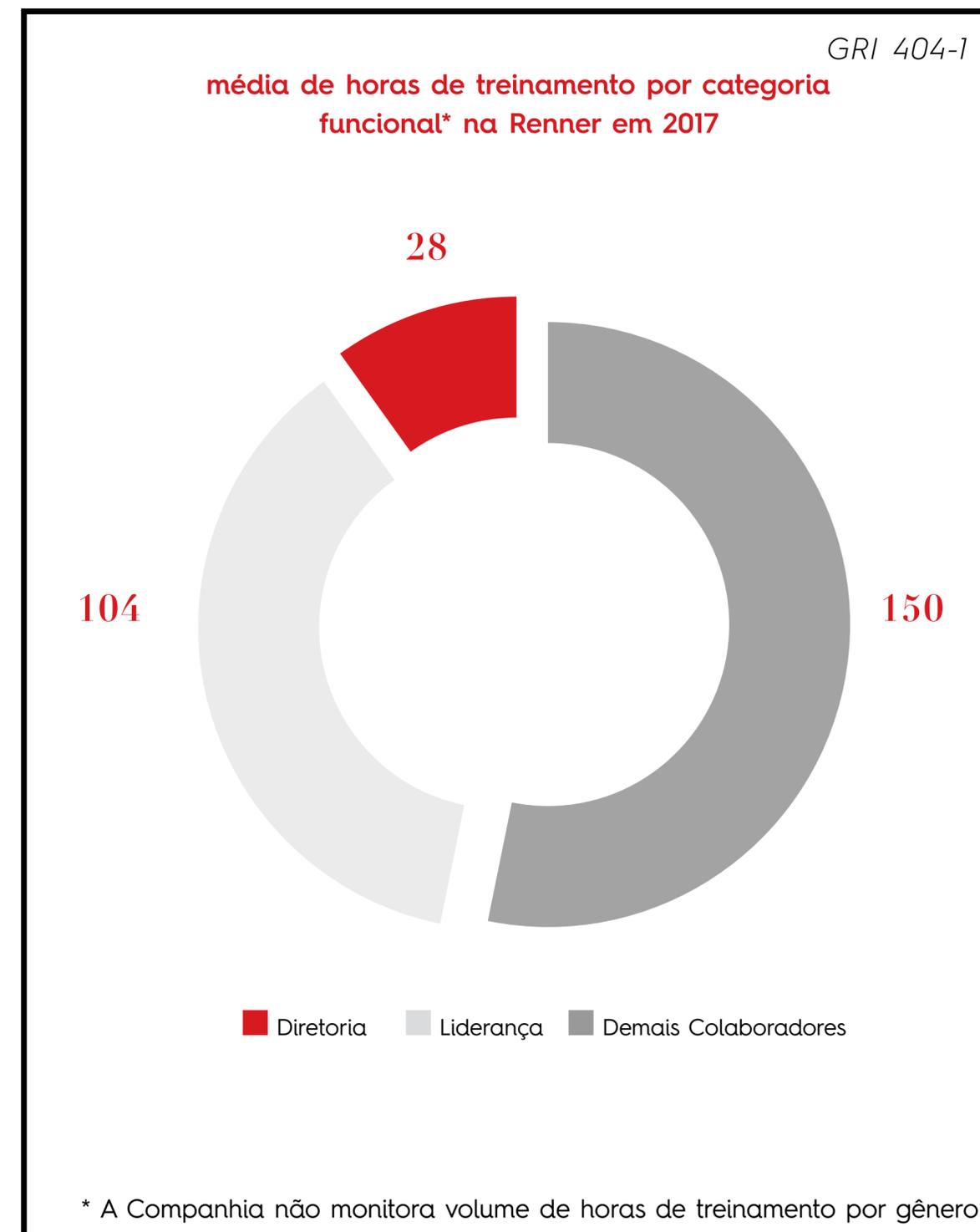
Evento anual da Renner e Camicado, com o objetivo de disseminar a cultura e a estratégia do negócio.

### Programa de Trainees

Desenvolvimento de profissionais internos e de mercado, acelerando sua prontidão para posições de liderança em nível de supervisão e gerencial, na Renner.

### Cursos on-line

Em um ambiente de aprendizagem virtual, é disponibilizado um portfólio de cursos *on-line* para Renner, Camicado e Youcom, com conteúdos construídos sob medida para garantir o desenvolvimento dos colaboradores em políticas, processos, sistemas e assuntos diversos, como autodesenvolvimento.

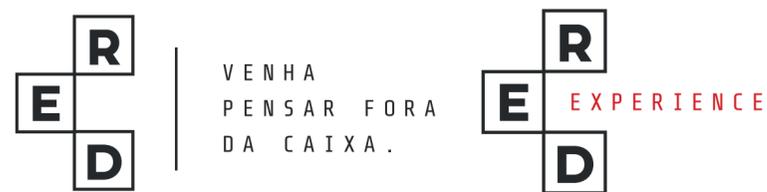


# PLATAFORMA DE *INSPIRAÇÃO*



Em 2017, criamos o RED, programa que busca sensibilizar e engajar os colaboradores em relação à temáticas relevantes para o negócio, apresentando as tendências e boas práticas de vanguarda em diversos assuntos.

## INICIATIVAS DO RED PARA INSPIRAÇÃO E SENSIBILIZAÇÃO



### | **RED Experience:**

palestras para colaboradores na sede administrativa sobre diversas temáticas que também são gravadas e disponibilizadas em ambiente virtual. Em 2017, foram realizadas nove palestras sobre diversidade racial, de gêneros e gerações, economia circular, novas tecnologias e comportamentos, no âmbito do RED e outras três palestras no âmbito do Magia Renner, com média de 150 a 200 participantes presenciais cada.

### | **RED Pocket:**

eventos menores, com colaboradores administrativos, para engajamento e sensibilização sobre diversos temas de interesse.

### | **RED Magazine:**

revista publicada semestralmente em ambiente virtual para levar aos colaboradores conteúdo sobre as tendências e inovações globais.

### | **RED Warm up:**

análise das principais tendências e temas macro referentes ao negócio a serem compartilhados com os colaboradores.



# COMUNIDADES



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

Por sermos uma grande Companhia, com alcance a milhões de pessoas, temos grande potencial, responsabilidade e oportunidade de gerar desenvolvimento e bem-estar à sociedade.

Nossa operação de varejo de moda não tem impacto negativo significativo nas comunidades onde atuamos.

Em alinhamento com o compromisso da Lojas Renner S.A. como signatária dos Princípios de Empoderamento de Mulheres (ONU Mulheres), o Instituto Lojas Renner, fundado em 2008, é a organização que faz a gestão do investimento social privado da Companhia com a missão de “Promover o empoderamento econômico e social de mulheres na cadeia têxtil”, alinhado ao 5º dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) - “Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas”.

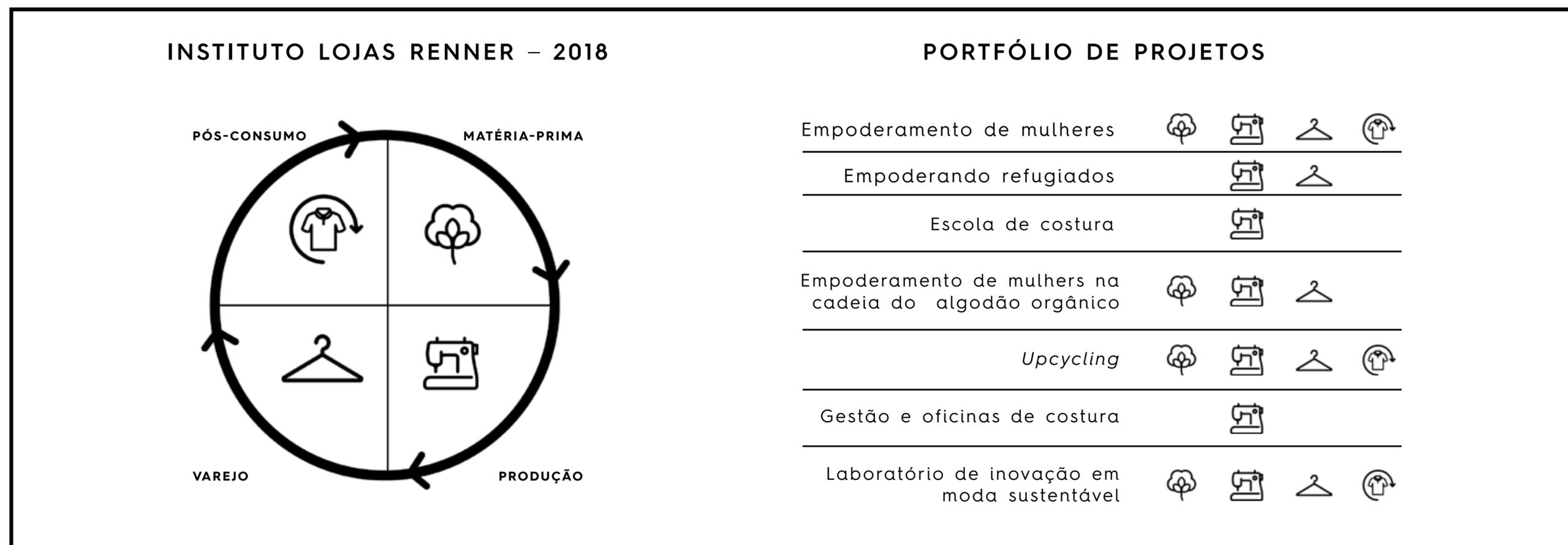
Os recursos investidos nos projetos são captados por meio de incentivos fiscais e também de recursos próprios do orçamento da Lojas Renner S.A. e da Campanha Mais Eu, da Renner, que anualmente, durante quatro dias após o Dia dos Pais, reverte 5% da venda líquida, isenta de impostos, ao Instituto Lojas Renner. Em 2017 a Campanha Mais Eu arrecadou R\$ 2,3 milhões, revertidos no desenvolvimento de 19 projetos do Instituto Lojas Renner e beneficiando mais de 1.000 mulheres em todo o Brasil.



Mulheres beneficiadas dos projetos do Instituto Lojas Renner

Os projetos apoiados partem da missão do Instituto e são desenhados e distribuídos pelas quatro etapas da cadeia têxtil da moda: matéria-prima, produção, varejo e pós-consumo. Além disso, como responsável pela gestão do investimento social privado da Lojas Renner S.A., o Instituto Lojas Renner está constantemente conectado com as necessidades da sociedade aplicando recursos por meio de leis de incentivo fiscal, em iniciativas ligadas ao desenvolvimento de comunidades no entorno de suas lojas, no Brasil.

CONHEÇA A SEGUIR OS PRINCIPAIS PROJETOS APOIADOS PELO INSTITUTO NAS QUATRO FRENTES DA CADEIA TÊXTIL:



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

**Escola de Costura:** criado em 2011, a Escola de Costura oferece capacitação gratuita para mulheres em situação de vulnerabilidade em costura industrial. Durante o curso, além da costura, as mulheres recebem orientações sobre informática, empreendedorismo e saúde e segurança no trabalho. O Programa é executado em

locais onde a Renner possui fornecedores de produtos têxteis de revenda, por meio de parcerias com organizações sociais locais, prefeituras e com os fornecedores da Lojas Renner. Ao final da capacitação, as mulheres beneficiadas podem ser contratadas pelo fornecedor local ou inseridas no mercado de trabalho, em outras empresas do setor ou como empreendedoras de seus próprios negócios.

**Empoderamento de Refugiadas:** em 2016, o Instituto fez a primeira turma da Escola de Costura para refugiadas e, a partir do conhecimento gerado sobre o perfil dessas mulheres, foi realizada parceria com centros de formação que desenvolvem cursos na área de costura e de atendimento e venda para varejo na capital de São Paulo. Atendendo mulheres em situação de refúgio, o objetivo é prepará-las

para entrarem no mercado de trabalho brasileiro. Algumas participantes dos cursos são efetivadas nos negócios da Lojas Renner S.A.: Renner, Camicado e Youcom.

**Empoderamento de mulheres na cadeia do algodão orgânico:** por meio do Centro de Agricultura Alternativa (CAA) e da parceria com a cooperativa Justa Trama, estamos contribuindo para a qualificação profissional de 84 mulheres e melhoria estrutural na cadeia produtiva do cultivo do algodão orgânico em três comunidades quilombolas do norte de Minas Gerais.

**Upcycling:** projetos que utilizam técnicas como a desfibração, *upcycling* e confecção com tecido reciclado são incentivados pelo Instituto Lojas Renner. Atualmente, a rede de mulheres empreendedoras no Complexo Bom Jesus, em Porto Alegre (RS), presta serviços para a Youcom (marca da Lojas Renner S.A.) na produção de brindes com utilização de jeans retornado, na iniciativa chamada Jeans For Change (saiba mais na página 119).

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

**Laboratório de Inovação em Moda Sustentável:** o Instituto Lojas Renner financia pesquisas e práticas promovidas pela Universidade do Vale dos Sinos (Unisinos – RS). O projeto, iniciado em 2017, busca prototipar, em um laboratório de inovação em sustentabilidade, novos modelos de negócio e de políticas públicas para estimular o fortalecimento da moda sustentável no Rio Grande do Sul. O laboratório fomenta um processo co-criativo de *design*, capaz de estimular as relações entre os diferentes atores do ecossistema – estado, indústrias, grande varejo, pequenas marcas (pequenos empreendimentos) e coletivos de moda, universidades, sistema S, entre outros.

**EM 2017, O INSTITUTO APOIOU 51 PROJETOS, QUE RECEBERAM INVESTIMENTO DE R\$ 4,7 MILHÕES E BENEFICIARAM 12.382 PESSOAS.**

### INVESTIMENTOS DO INSTITUTO LOJAS RENNER 2017

	ORGANIZAÇÃO INVESTIDORA	INVESTIMENTO	BENEFICIADOS	PROJETOS
PORTFÓLIO DE PROJETOS	Instituto Lojas Renner	R\$ 786,9 mil	553	12
OUTROS PROJETOS	Instituto Lojas Renner	R\$ 182,9 mil	539	7
DESENVOLVIMENTO DE COMUNIDADES	Renner e Renner Administradora de Cartão de Crédito	R\$ 3,7 milhões	11.290	32

# CLIENTES



## FOCO NO *CLIENTE*

**P**ara seguirmos encantando nossos clientes, desenvolvemos iniciativas para ganho de eficiência na operação de lojas e também na logística de abastecimento, buscando diminuir o tempo que as lojas se dedicam a tarefas administrativas e de gestão.

Esse processo teve início com a implantação do Centro de Serviços Compartilhados (CSC), em 2012, que padronizou e centralizou a gestão de todos os processos administrativos e de *backoffice* da Companhia proporcionando aumento da produtividade e eficiência, ganho de economia e melhores controles internos.

Com isso, os colaboradores das lojas podem ter mais foco nas atividades de atendimento, oferecer os produtos que o cliente quer, quando quer, e proporcionar experiências de compra cada vez melhores.

Em 2017, seguimos trabalhando em melhorias tecnológicas e de processos para dar mais eficiência à rotina das lojas e mais atenção ao cliente (saiba mais na página 47).



# ENCANTAMENTO

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

EM 2017, COMEÇAMOS A INSTALAR NOVOS ENCANTÔMETROS DIGITAIS NAS LOJAS, QUE CONTABILIZAM OS RESULTADOS AUTOMATICAMENTE EM UM SISTEMA CENTRALIZADO, O QUE DÁ MAIS AGILIDADE NA APURAÇÃO DOS DADOS, PERMITINDO ACOMPANHAR E ATUAR RAPIDAMENTE PARA MANTER UM ALTO ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DOS CLIENTES EM TODO O BRASIL.

Também realizamos anualmente o Programa Histórias de Encantamento, que reconhece e premia colaboradores e lojas com as melhores histórias e maior número de histórias contadas, respectivamente. Desde 1996, quando o programa começou, já foram inscritas mais de 800 mil histórias de Encantamento.

EM 2017, RECEBEMOS CERCA DE 27 MIL HISTÓRIAS ESCRITAS PELOS COLABORADORES, PREMIAMOS 170 COM R\$ 400,00 CADA E A MELHOR DO ANO COM R\$ 5.000,00.

A loja com maior número de histórias escritas no ano (proporcionalmente ao seu quadro funcional) ganha um troféu de Loja Encantadora e é reconhecida com um prêmio de R\$ 2.000,00 para confraternização da equipe.



# PRESENÇA DIGITAL

**T**ambém estamos atentos às opiniões, demandas e expectativas dos nossos clientes no mundo *online*, cada dia mais conectados com os perfis de cada uma das nossas lojas.



## Presença das marcas nas redes sociais

	 (fãs)	 (seguidores)	 (seguidores)	 (acessos por mês nos blogs)	 (seguidores)
	9,2 milhões	3,7 milhões	95,9 mil	486 mil	33,4 mil
	810,9 mil	669,9 mil	8,7 mil	não possui	3,4 mil
	1,0 milhão	178 mil	2,3 mil	49,8 mil	não possui

## Canais de atendimento personalizados aos nossos públicos



### Chat Online, Centrais de Atendimento por telefone e Fale Conosco por e-mail

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

#### Renner

[www.lojasrenner.com.br/central-de-atendimento](http://www.lojasrenner.com.br/central-de-atendimento)

#### Camicado

[www.camicado.com.br/atendimento/content/12](http://www.camicado.com.br/atendimento/content/12)

#### Youcom

[www.youcom.com.br/autoatendimento](http://www.youcom.com.br/autoatendimento)



### Redes sociais

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

#### Renner

[www.facebook.com.br/LojasRenner](http://www.facebook.com.br/LojasRenner)  
[www.instagram.com/lojasrenner](http://www.instagram.com/lojasrenner)

#### Camicado

[www.facebook.com.br/camicado](http://www.facebook.com.br/camicado)  
[www.instagram.com/camicado](http://www.instagram.com/camicado)

#### Youcom

[www.facebook.com.br/lojayoucom](http://www.facebook.com.br/lojayoucom)  
[www.instagram.com/lojayoucom](http://www.instagram.com/lojayoucom)



### Reclame Aqui

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



# PRODUTOS E SERVIÇOS *SUSTENTÁVEIS*

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

# TRANSIÇÃO PARA *a Economia circular*



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

**A**nalisamos os impactos ambientais de nossos produtos e serviços ao longo de todo seu ciclo de vida, buscando identificar oportunidades de uso de matérias-primas menos impactantes, de ganhos na cadeia de fornecedores e de inovação para fechamento do ciclo.

Acreditamos que conhecendo esses impactos e desenvolvendo oportunidades, podemos influenciar positivamente a cadeia têxtil estimulando iniciativas na cadeia de fornecedores, em nossa operação e nos hábitos de consumo e descarte dos nossos milhões de clientes.



## PRODUÇÃO MAIS LIMPA E MATÉRIA-PRIMA RECICLADA

**E**m 2017, firmamos parceria com a *Ellen MacArthur Foundation*, organização que fomenta o conceito de economia circular em empresas, governos e academia, e a USP – instituição acadêmica brasileira pioneira associada à *Ellen MacArthur Foundation* – para um projeto de melhoria dos processos de confecção junto aos nossos fornecedores de revenda das cadeias de malha e jeans.

O projeto busca promover a produção mais limpa (P+L) para reduzir a geração de resíduos têxteis nos processos produtivos dos fornecedores de revenda da Renner e Youcom e o uso das sobras para a produção de tecidos para novas peças.

A fase inicial, já concluída em seis fornecedores de revenda têxtil, estabeleceu melhorias nos processos relacionados à geração de resíduos na fase de corte e alcançou redução significativa de 10% no volume de resíduos gerados.

Além da redução, o projeto também desenvolveu duas soluções para reinserção dos resíduos na cadeia produtiva:

**Reuso dos fios têxteis que “sobram” dos cortes em novas coleções da Renner e Youcom.**



**Fomento de uma cadeia reversa que coleta e recicla os resíduos para serem destinados à construção de produtos de outros segmentos (fios para artesanato, enchimento de estofados, isolamento térmico e acústico para indústria automotiva).**

Ao todo, essa fase inicial do projeto já alcançou o resultado expressivo de reaproveitamento de 390 toneladas de resíduos.

Em 2015 e 2016, realizamos o projeto piloto de Análise do Ciclo de Vida (ACV) de uma calça jeans básica feminina vendida em nossas lojas sob a ótica da pegada hídrica e de emissões desse produto “do berço ao túmulo” – seu consumo de água e sua geração de emissões desde a matéria-prima até o descarte final pelo consumidor.

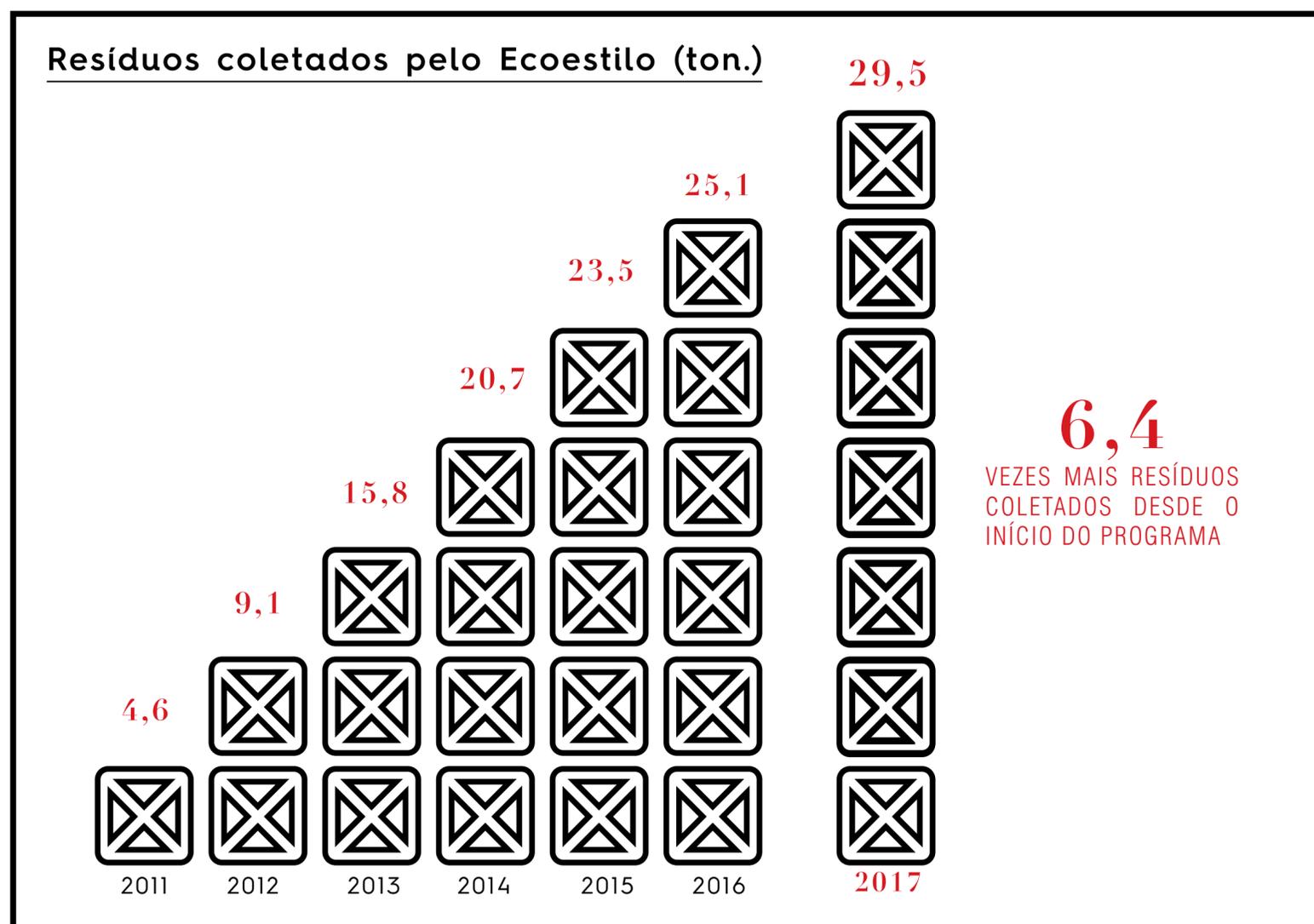
Desenvolvidas em parceria com o Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVCes), essas análises serviram como ferramentas de investigação para entender o potencial de redução de impacto de um projeto que promovesse a reciclagem do jeans.

Para 2018, faremos a Análise do Ciclo de Vida (ACV) do jeans reciclado para comparar o impacto de seu ciclo de vida em relação ao impacto do fio tradicional de algodão jeans virgem.

## I ECOESTILO: RECICLAGEM GRI 301-3

Desde 2011, como parte do Programa de Gestão de Resíduos Sólidos da Lojas Renner, desenvolvemos o EcoEstilo, principal serviço destinado a realizar a logística reversa de resíduos de perfumaria e beleza.

Todas as lojas da Renner possuem um móvel coletor, na área de perfumaria, onde clientes e colaboradores podem descartar os resíduos de perfumaria e beleza, adquiridos ou não na Renner. Os resíduos coletados são encaminhados para destinação final ambientalmente correta e realizada nos CDs da Companhia.



## I LOGÍSTICA REVERSA PÓS-CONSUMO

Queremos incentivar uma moda com ciclo fechado e, por isso, em 2017 implantamos em 15 lojas da Renner, de cinco diferentes capitais brasileiras, coletores para roupas em desuso de nossos clientes, para reinseri-las no ciclo produtivo ou dar uma nova vida a elas. Os clientes podem entregar roupas usadas, limpas e em bom estado de conservação, adquiridas ou não na Renner para que, nos Centros de Distribuição (CDs) da Companhia, sejam encaminhadas para a destinação adequada.

**As roupas recolhidas podem ter três diferentes destinações:**



**01** As peças são transformadas em novas peças por grupos de mulheres capacitadas em *upcycling* com o apoio do Instituto Lojas Renner (saiba mais na página 110).

OU



**02** Doados a organizações sociais.

OU



**03** As peças são transformadas em fibras para serem utilizados novamente na produção de novos tecidos, por fornecedores parceiros.

*Em 2017, as equipes das 15 lojas participantes do projeto passaram por treinamentos presenciais, sobre a iniciativa e a importância do tema para o nosso negócio.*

## #YOURECYCLE

A partir da nossa estratégia de sustentabilidade que prevê a busca pelo uso de matérias-primas menos impactantes, em 2017 a Youcom lançou a #YouRecycle, coleção cápsula que contou com cinco produtos (uma calça, uma jaqueta, um vestido, uma saia e um shorts) feitos com tecidos originados da reciclagem de material têxtil e/ou PET. Os produtos chegaram às lojas com *tags* especiais, em papel semente, com informações sobre melhores hábitos para a minimização de impactos.

Em 2017, com o êxito da coleção cápsula, a Youcom ofereceu ainda outros 14 modelos em suas lojas feitos com matéria-prima reciclada.

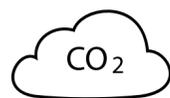
### Perfil dos tecidos reciclados usados na coleção cápsula da Youcom



uso de  
**materiais  
renováveis**



**Dispensam  
consumo**  
de água e produtos  
químicos



**Zero  
emissões**  
de carbono

Cada metro de tecido reciclado promove o REAPROVEITAMENTO de:



**500  
gramas**  
de retalho têxtil



**8 garrafas  
PET**

## JEANS FOR CHANGE

O Jeans for Change é um projeto da Youcom que, desde 2014, objetiva ressignificar o uso do jeans que, no pós-consumo, pode ser transformado em algo novo, aumentando assim seu ciclo de vida útil.

Em 2017, o Jeans for Change se transformou em um evento aberto ao público, em Porto Alegre (Brasil), que contou com diversas palestras e *workshops* com temas como sustentabilidade na moda, diversidade e inclusão social. O evento também realizou a coleta de jeans usados e apresentou uma exposição sobre a desfibração desse produto no processo de economia circular.

### Trajetória Jeans for Change

#### 2014 PROJETO PILOTO SOCIOAMBIENTAL

Cliente doava jeans usado e ganhava desconto na compra de um novo jeans. As doações foram transformadas em *ecobags* por grupos de mulheres em situação de vulnerabilidade para geração de renda, e serem distribuídas aos clientes por meio de uma promoção de *compre e ganhe*.

#### 2015 CONCURSO JEANS FORCHANGE

Processo semelhante ao anterior, mas ampliado pela criação da plataforma YoucomLab para a mobilização de jovens e incentivo a novos talentos. Um concurso para estudantes de *design*, moda e publicidade foi realizado e os 4 melhores desenhos foram utilizados para a confecção de bolsas por artesãs de comunidades em situação de vulnerabilidade, com o jeans coletado. As bolsas foram distribuídas aos clientes em ação promocional.

#### 2016 EVENTO "SE ESSA RUA FOSSE MINHA"

Evento em São Paulo (Brasil) com mais de 8 mil pessoas para sensibilização sobre a importância de aumentar a vida útil das peças jeans. O evento gerou a coleta de 3 mil jeans em desuso doados pelos participantes.

Saiba mais em:  
<https://www.youtube.com/watch?v=pKKp-9c1dk38>

#### 2017 EVENTO JEANS FOR CHANGE

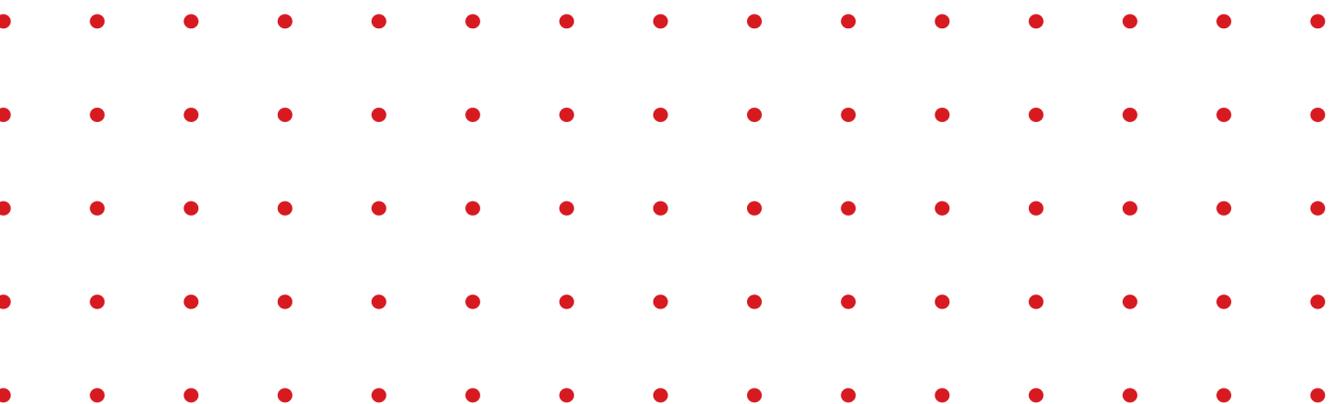
Transformação de 3 mil peças jeans coletadas no evento "Se essa rua fosse minha" em novos produtos por micro produtores, incentivando a economia local e colaborativa, engajando e conscientizando os participantes.

Saiba mais em:  
<https://www.youtube.com/watch?v=fcMtW6Y-UX4>

**O EVENTO OPORTUNIZOU A VENDA DOS PRODUTOS FABRICADOS POR 11 PEQUENOS NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS E GRUPOS EM SITUAÇÃO DE VULNERABILIDADE, NA MAIORIA LOCAIS, QUE UTILIZARAM AS PEÇAS JEANS COLETADAS NO ANO ANTERIOR.**

Para incentivar a venda de produtos, a Youcom concedeu descontos em sua loja vinculados à compra dos produtos desses pequenos negócios e grupos produtivos durante o evento.

Além disso, o evento utilizou 10 indicadores para o desenvolvimento de ações voltadas à sustentabilidade do evento como: seleção de fornecedores locais, alimentação inclusiva, acessibilidade, mobilização do público para a redução de emissões com incentivo ao uso de transportes alternativos, inclusão e respeito à diversidade, uso de materiais reciclados, redução da geração de resíduos e promoção do seu descarte correto.



# MATÉRIAS-PRIMAS *MENOS IMPACTANTES*

**E**m 2017, produzimos mais de 3 milhões de peças com matérias-primas menos impactantes, volume 12 vezes maior que em 2016, o que reflete nosso trabalho, desde a concepção dos produtos até o desenvolvimento de fornecedores, para ampliar cada vez mais o uso dessas matérias-primas.

## PRODUTOS COM MATÉRIAS-PRIMAS MENOS IMPACTANTES EM 2017

**1,6 milhão de peças produzidas com fio reciclado**  
a partir de resíduos têxteis ou plásticos (PET).

### **193,9 mil peças com liocel**

fibra ecológica feita a partir da celulose de madeira de florestas de manejo sustentável, que requer menor uso de produtos químicos para extrair a fibra e é biodegradável. Além de todas as qualidades de menor impacto ambiental, os tecidos a base de liocel também são de qualidade, duráveis e hipoalergênicos.



### **1,3 milhão de peças infantil, feminino e masculino com algodão certificado**

Produção feita de forma sustentável e certificada pela organização global e sem fins lucrativos BCI (Better Cotton Initiative), que avalia:

*Respeito aos direitos trabalhistas na cadeia;*

*Uso consciente da água, produtos químicos e defensivos agrícolas;*

*Preservação da saúde do solo e dos habitats.*

**Meta de 50% de algodão certificado nos produtos até 2020.**



# A COMPANHAMENTO DE *METAS*

GRI 102-15

FORNECEDORES *RESPONSÁVEIS*

<b>Compromisso assumido em 2016</b>	<b>Status</b>	<b>Desempenho em 2017</b>	<b>Compromisso para 2018</b>
Ampliação do monitoramento dos fornecedores nacionais de revenda por meio do IDGF e <i>workshops</i> para análise de desempenho contemplando os fornecedores das cadeias de <i>Lingerie</i> , Linha Praia e Calçados.	Alcançada	O IDGF monitorou 100% dos fornecedores nacionais das cadeias de Jeans/Sarja, Tecido Plano, Malha Circular, <i>Lingerie</i> , Linha Praia e Calçados em quatro pilares: qualidade, comercial, sustentabilidade e logístico.	Ampliação do IDGF para 100% dos nossos fornecedores nacionais, com exceção dos fornecedores de Beleza, e estruturação de piloto para validação do método de análise de desempenho para fornecedores internacionais.
Ampliar o Programa de Melhoria Contínua (PMC) para os principais fornecedores nacionais das cadeias Jeans/Sarja, Tecido Plano e Malha Circular.	Parcialmente alcançada	O PMC foi realizado junto aos principais fornecedores das cadeias de Jeans/Sarja e Malha Circular e não foi realizado na cadeia de Tecido Plano. O foco do Programa foi aprimorar as entregas dos produtos dentro do prazo e reduzir o índice de reprovação dos pedidos, buscando melhorar a qualidade dos produtos.	Concluída.
Implementar o processo de Auditorias de Rastreabilidade junto aos contratados de nossos fornecedores, realizando pelo menos uma auditoria deste tipo em 100% dos fornecedores de confecção ativos, nacionais.	Alcançada	Foi realizada pelo menos uma Auditoria de Rastreabilidade em cada um dos 100% dos fornecedores de confecção ativos nacionais.	Executar o plano de visitas técnicas de rastreabilidade com base na matriz de risco desenvolvida em 2017, com maior intensidade nas empresas classificadas como alto e médio risco.
Manter a certificação ABVTEX para 100% dos fornecedores e seus contratados de confecção, calçados e acessórios do Brasil.	Alcançada	Concluída.	Manter a certificação ABVTEX para 100% dos fornecedores e seus contratados de confecção, calçados e acessórios do Brasil.
Estabelecer a prática de gestão de indicadores de consumo de energia e de água para os principais fornecedores da Companhia da cadeia de Jeans/Sarja.	Alcançada	Por meio do PMC, implantamos nos principais fornecedores das cadeias de Jeans/Sarja e Malha Circular a prática de gestão de indicadores de consumo de energia e água.	Em 2018 nos principais fornecedores das cadeias de Jeans/Sarja e Malha Circular serão realizados ciclos de aprendizagem para definição de melhorias que gerem impactos positivos nos indicadores de consumo de energia e água.
Fortalecer o conhecimento da marca Youcom, principalmente na região Sudeste.	Alcançada	Realizamos pesquisa de conhecimento da marca que será repetida a cada dois anos para monitorar a evolução.	Concluída.
Realizar o mapeamento de risco da cadeia internacional que irá basear o plano de auditorias internacionais prioritárias.	Parcialmente alcançada	Realizamos a implementação de visitas técnicas de responsabilidade social e novos fornecedores na Ásia, mas o mapeamento e priorização não foram concluídos até o final do período.	Implementação do Programa de Conformidade Internacional.

FORNECEDORES *RESPONSÁVEIS*

<i>Compromisso assumido em 2016</i>	<i>Status</i>	<i>Desempenho em 2017</i>	<i>Compromisso para 2018</i>
Disseminar a estratégia de sustentabilidade para os fornecedores da Companhia.	Alcançada	Realizamos eventos presenciais com 100% dos fornecedores de revenda nacionais com o objetivo de disseminar a estratégia de Sustentabilidade, apresentando os temas Moda Responsável, o planejamento das atuações para o ano de 2018, com foco em auditorias ambientais, e sensibilizando a cadeia sobre a importância de reduzir os impactos ambientais. Adicionalmente, o tema Gestão Ecoeficiente é pauta fixa no Programa de Boas-vindas para novos fornecedores.	Ampliar a aplicação dos princípios da estratégia de Sustentabilidade na relação com os fornecedores da Companhia, adicionando sensibilização frente ao tema toxicidade.
Realizar visitas técnicas em 100% de fornecedores e seus contratados de confecção, calçados e acessórios de revenda nacionais.	Alcançada	Concluída.	Executar o plano de visitas técnicas de responsabilidade social com base na matriz de risco desenvolvida em 2017, com maior intensidade nas empresas classificadas como alto e médio risco.
Ampliação do programa de visitas técnicas de responsabilidade social em 100% dos fornecedores de beleza (marca Alchemia).	Alcançada	100% dos fornecedores da marca Alchemia passaram por visitas técnicas de responsabilidade social.	Manter o programa de visitas técnicas para estes fornecedores.
Realizar um diagnóstico para avaliação da condição ambiental da cadeia de fornecimento nacional, frente a conformidade ambiental.	Alcançada	Foi realizado diagnóstico inicial que deve embasar construção de programa de avaliação ambiental.	Avaliação ambiental presencial em 100% dos fornecedores da marca Renner e criação de um indicador de sustentabilidade.
Rever o modelo de trabalho do edital de seleção de projetos do Instituto Lojas Renner, em linha com sua nova missão.	Alcançada	O novo modelo de seleção de projetos foi realizado e aprovado pela Diretoria.	Elaborar Política que defina os pontos principais a serem analisados nos projetos apoiados e as responsabilidades dos envolvidos nas aprovações.
Manter 90% dos fornecedores de construção civil homologados de acordo com os parâmetros estabelecidos.	Alcançada	100% dos fornecedores de construção civil foram homologados e o processo está integrado à rotina operacional.	Não há novo compromisso já que a homologação de 100% dos fornecedores de construção civil passa a ser o padrão.

## GESTÃO ECOEFICIENTE

<b>Compromisso assumido em 2016</b>	<b>Status</b>	<b>Desempenho em 2017</b>	<b>Compromisso para 2018</b>
Ampliar o escopo do CSC para ganhos de produtividade e eficiência, com redução de despesas.	Alcançada	A ampliação do CSC nos permitiu implantarmos novo modelo de Costura, com foco na recuperação de peças, e início da centralização da gestão do Atendimento ao Cliente.	Ampliar o escopo do CSC para ganhos de produtividade e eficiência, com redução de despesas.
Manter a porcentagem de resíduos reciclados em 98%.	Não alcançada	O percentual foi de 97%, patamar abaixo da meta, porém dentro de alto nível de excelência.	Desenvolver ações para a não geração e redução de resíduos.
Reduzir em 5% as emissões de CO <sub>2</sub> /m <sup>2</sup> de área de venda em relação ao inventário de 2016.	Não alcançada	O indicador de desempenho ficou em 0,068 tCO <sub>2</sub> e/m <sup>2</sup> de área de vendas. O resultado indica que não atingimos a meta de redução de 5% no indicador de desempenho, pois houve um aumento de 7,937% no indicador de desempenho entre 2016 e 2017.	Em 2018 iremos definir um compromisso corporativo de redução de emissões de gases de efeito estufa. Estará atrelado a um plano de gestão de emissões com foco nas principais áreas de impacto.
Implantar o projeto de logística reversa de roupas pós-consumo em cinco capitais do país.	Alcançada	Projeto realizado em 15 lojas de cinco capitais.	Ampliar projeto para um número maior de lojas.

## ENGAJAMENTO

<b>Compromisso assumido em 2016</b>	<b>Status</b>	<b>Desempenho em 2017</b>	<b>Compromisso para 2018</b>
Manter o índice de clientes satisfeitos e muito satisfeitos acima de 96%.	Alcançada	Índice de 96,4%.	Manter o índice acima de 96% em 2018.
Atender 90% dos contatos dos clientes nos canais de atendimento em 72 horas.	Não alcançada	Atendemos 50% dentro de 72 horas.	Com a centralização interna da gestão do atendimento ao cliente, prevista para 2018, nossa meta será de atender 80% dos contatos em até 72 horas.
Aprovar a Política de Sustentabilidade atualizada em 2016.	Alcançada	Aprovada pelo Conselho de Administração em abril de 2017.	Concluída.
Aprovar a Norma de Partes Interessadas.	Alcançada	Aprovada pela Diretoria de RH em junho de 2017.	Concluída.

## ENGAJAMENTO

<b>Compromisso assumido em 2016</b>	<b>Status</b>	<b>Desempenho em 2017</b>	<b>Compromisso para 2018</b>
Realizar quatro turmas da Escola de Costura para Refugiadas.	Alcançada	Capacitamos quatro turmas, porém, em função da demanda e das possibilidades de contratação dos alunos por nossos fornecedores, duas das turmas foram capacitadas em Atendimento e Venda para Varejo, ao invés de Costura.	Capacitar três turmas de refugiadas em Atendimento e Venda para Varejo e/ou Costura.
Fortalecer o conhecimento da marca Youcom, principalmente na região Sudeste.	Alcançada	Realizamos pesquisa de conhecimento da marca que será repetida a cada dois anos para monitorar a evolução.	Concluída.

## PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS

Lançar produtos Youcom utilizando matérias-primas sustentáveis, promover reciclagem de produtos usados e reutilizar material de vitrine.	Alcançada	Lançamos uma coleção cápsula com matéria-prima reciclada e criamos o projeto "Desapega", em que os elementos das nossas vitrines foram doados para clientes em ações de relacionamento.	Concluída.
Lançar produtos Renner utilizando matérias-primas sustentáveis.	Alcançada	Produzimos mais de 10 milhões de peças na Renner com materiais menos impactantes.	Manter volume de peças produzidas com esses materiais.

## NOVOS COMPROMISSOS ASSUMIDOS PARA 2018

<b>Tema</b>	<b>Compromisso para 2018</b>
Produtos e serviços sustentáveis	Consolidar o projeto Jeans for Change como um <i>marketplace</i> de marcas sustentáveis.
Fornecedores responsáveis	Aumentar o IDGF em 10 pontos percentuais frente ao desempenho do ano de 2017.
Fornecedores responsáveis	Melhorar o resultado da Pesquisa de Relacionamento de Fornecedores frente ao ano de 2017. Avanço de 5% no nível de satisfação e alcançar aderência mínima à pesquisa de 70%.
Engajamento	Inclusão de dois jovens aprendizes com deficiência na turma do Projeto Pescar e elaborar ações para promoção da inclusão de deficientes na sede administrativa.



# SOBRE ESTE *RELATÓRIO*

GRI 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-46

Em 2016, desenvolvemos um processo de planejamento estratégico da sustentabilidade empresarial que identificou os temas prioritários para desenvolvimento sustentável do negócio nos próximos três anos.

O processo envolveu a análise de documentos do setor e pares nacionais e internacionais, análise dos direcionadores da cultura da Lojas Renner S.A. e nossa política de sustentabilidade e, ainda, entrevistas com os públicos de relacionamento com maior potencial de exercer influência no negócio: alta liderança da Companhia, representantes de investidores, parceiros comerciais, clientes, colaboradores e formadores de opinião com conhecimentos específicos dos riscos socioambientais do setor.

Como resultado, determinamos nossas diretrizes estratégicas de sustentabilidade, desdobradas em objetivos estratégicos transversais às áreas do negócio, validados pelo Comitê de Sustentabilidade, Diretoria Executiva e Conselho de Administração da Companhia.

O conteúdo do relatório se baseia nesses temas estratégicos para o desenvolvimento sustentável do negócio e, ainda, na apresentação do perfil, estratégia e governança da Companhia, em linha com a metodologia do Relato Integrado.

## 1 FORNECEDORES RESPONSÁVEIS

### OBJETIVO 1

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

## 2 GESTÃO ECOEICIENTE

### OBJETIVO 2

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

### OBJETIVO 3

Inovar no desenvolvimento de matérias-primas e processos menos impactantes

## 4 PRODUTOS E SERVIÇOS SUSTENTÁVEIS

### OBJETIVO 5

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

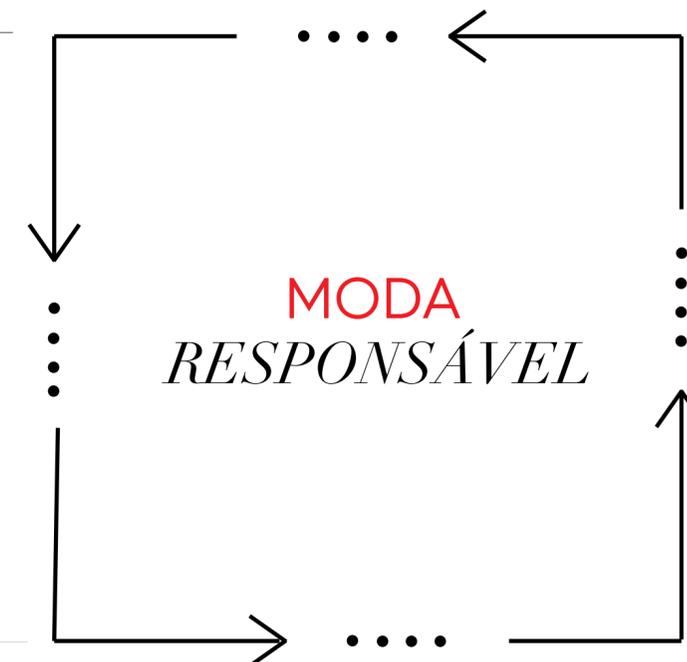
## 3 ENGAJAR: COLABORADORES COMUNIDADES E CLIENTES

### OBJETIVO 4

4.1 Engajar colaboradores (agentes e líderes em sustentabilidade):

4.2 Comunidades (empoderamento da mulher na cadeia textil):

4.3 Clientes (consumo consciente)



CADEIA DE *valor*

*GRI 102-47*

Identificamos, para cada diretriz estratégica do planejamento de sustentabilidade da Lojas Renner S.A., os aspectos relevantes a serem abordados nesta publicação, como mostrado a seguir:

Diretriz estratégica	Aspecto relacionado identificado como relevante
Fornecedores Responsáveis	Avaliação de fornecedores em direitos humanos
	Avaliação de fornecedores em impactos na sociedade
	Avaliação de fornecedores em práticas trabalhistas
	Práticas de compra
	Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo
	Trabalho Infantil
Gestão Ecoeficiente	Água
	Efluentes e Resíduos
	Emissões
	Energia
	Geral
	Transporte
Engajar: colaboradores, comunidades e clientes	Comunidade
	Emprego
	Igualdade de Remuneração entre Mulheres e Homens
	Impactos Econômicos Indiretos
	Práticas de Investimento e de Processos de Compra
	Rotulagens de Produtos e Serviços
Produtos e serviços sustentáveis e Fornecedores Responsáveis	Treinamento e Educação
	Avaliação ambiental de fornecedores

*GRI 102-45*

Nosso relato inclui todas as empresas controladas da Companhia, de acordo com as demonstrações financeiras consolidadas:

**Lojas Renner (Renner)**, que atua no varejo de moda e é controladora do Grupo.

**Maxmix Comercial Ltda. (Camicado)**, que atua no varejo de utilidades domésticas, artigos de cama, mesa, banho e decoração.

**Fashion Business Comércio de Roupas Ltda. (Youcom)**, que atua no varejo de moda.

**Renner Administradora de Cartões de Crédito Ltda. (RACC)**, que oferece serviços financeiros de empréstimo pessoal e opera o Meu Cartão.

**Dromegon Participações Ltda. (Dromegon)**, que detém a propriedade de alguns dos imóveis utilizados em nossas operações comerciais.

**Lojas Renner Shanghai Trading Co. Ltd. (LRS)**, que desempenha as funções de compras, controle de qualidade e desenvolvimento de amostras, sendo um veículo de aproximação com parceiros comerciais e de apoio para a prospecção de novos fornecedores na Ásia.

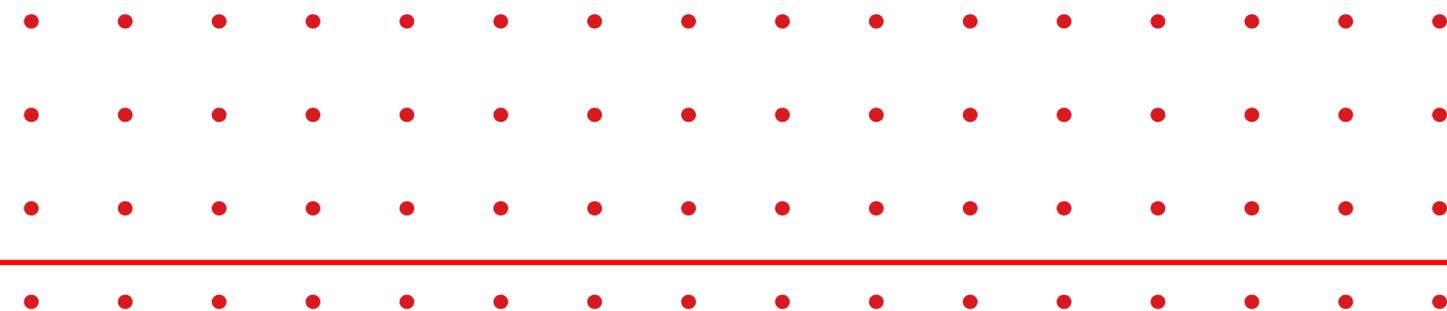
**Realize Crédito, Financiamento e Investimento S.A. (Realize)**, instituição financeira responsável pelos produtos e serviços financeiros.

*GRI 102-48*

Não houve nenhuma reformulação de informações fornecidas nos relatórios anteriores.

*GRI 102-49*

A mudança em relação ao escopo do relatório que pode influenciar os indicadores em relação ao ano anterior é apenas o aumento do número de lojas (70 novas no ano).





SDG Mapping  
Lojas Renner S.A

May 2018  
Service

# ÍNDICE DE CONTEÚDO *GRI*

GRI 102-55

## CONTEÚDO GERAL

## REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA

RELAÇÃO  
COM OS ODS**GRI 102: DISCLOSURES GERAIS****Perfil Organizacional**

<b>102-1</b>	Nome da organização	Lojas Renner S.A.	
<b>102-2</b>	Principais atividades, marcas, produtos e/ou serviços	página 21.	
<b>102-3</b>	Localização da sede	Porto Alegre (RS).	
<b>102-4</b>	Número de países em que a organização opera	Brasil e Uruguai.	
<b>102-5</b>	Tipo e natureza jurídica da propriedade	S.A.	
<b>102-6</b>	Mercados atendidos	página 21.	
<b>102-7</b>	Porte da organização	páginas 21, 69 e 98.	
<b>102-8</b>	Perfil de empregados e outros trabalhadores	página 98.	
<b>102-9</b>	Descrição da cadeia de fornecedores da Companhia	página 56.	
<b>102-10</b>	Principais mudanças na estrutura da companhia e na cadeia de fornecedores durante o período coberto	página 46.	
<b>102-11</b>	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 Gestão Ecoeficiente e Produtos Sustentáveis nos Volumes 1 e 2.	
<b>102-12</b>	Cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social, que a organização subscreve ou endossa	página 73.	
<b>102-13</b>	Principais participações em associações e/ou organismos nacionais/internacionais de defesa	página 74.	

**Estratégia**

<b>102-14</b>	Declaração do detentor do cargo com maior poder de decisão sobre a relevância da sustentabilidade para a organização	página 06.	
---------------	--	------------	--

CONTEÚDO GERAL		REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM OS ODS
<b>102-15</b>	Descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades	páginas 32, 39 e 44, 122.	
<b>Ética e Integridade</b>			
<b>102-16</b>	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética	páginas 13 e 23.	
<b>Governança</b>			
<b>102-18</b>	Estrutura de governança, incluindo comitês	página 27.	
<b>102-28</b>	Processos de avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança no que diz respeito à governança de tópicos econômicos, ambientais e sociais	página 30.	
<b>Engajamento de Stakeholder</b>			
<b>102-40</b>	Lista de <i>stakeholders</i> engajados pela organização	página 128.	
<b>102-41</b>	Percentual de empregados cobertos por negociação coletiva	100%.	
<b>102-42</b>	Base usada para identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento	página 128.	
<b>102-43</b>	Abordagem adotada pela Companhia para engajar <i>stakeholders</i> e frequência do engajamento	página 128.	
<b>102-44</b>	Principais tópicos levantados durante o engajamento de <i>stakeholders</i> e medidas adotadas pela Companhia para abordá-los	A abordagem de definição da materialidade não seguiu a segmentação requerida pelo GRI <i>Standards</i> e, portanto, não apresenta os principais tópicos levantados durante o processo de engajamento de <i>stakeholders</i> .	
<b>Práticas de Reporte</b>			
<b>102-45</b>	Lista de entidades incluídas nas demonstrações financeiras	página 129.	
<b>102-46</b>	Processo para definição do conteúdo e limite do relatório	página 128.	
<b>102-47</b>	Lista de aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo	página 129.	

CONTEÚDO GERAL		REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM OS ODS
<b>102-48</b>	Explicação das conseqüências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores	página 129.	
<b>102-49</b>	Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere à lista de tópicos materiais, limite dos tópicos abordados	página 129.	
<b>102-50</b>	Período coberto pelo relatório	2017.	
<b>102-51</b>	Data do relatório anterior mais recente	2016.	
<b>102-52</b>	Ciclo de emissão dos relatórios	Anual.	
<b>102-53</b>	Dados para contato sobre dúvidas em relação ao relatório	página 141.	
<b>102-54</b>	Premissas de relato de acordo com os <i>Standards</i> GRI	Este relatório foi preparado de acordo com os GRI <i>Standards</i> : opção <i>Core</i> .	
<b>102-55</b>	Sumário de Conteúdo GRI	página 130.	
<b>102-56</b>	Verificação externa	página 04.	
<b>GRI 103: ABORDAGEM DE GESTÃO</b>			
<b>103-1</b>	Explicação dos temas materiais e seus limites	páginas 75, 88, 96, 114 e 115.	
<b>103-2</b>	Gestão sobre o tema material	páginas 75, 88, 96, 114 e 115.	
<b>103-3</b>	Evolução da gestão	páginas 75, 88, 96, 114 e 115.	
<b>GRI 203: IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS</b>			
<b>203-1</b>	Investimentos em infraestrutura e serviços que afetam também a sociedade	página 108.	
<b>203-2</b>	Impactos econômicos indiretos significativos, incluindo a extensão dos impactos	página 108.	

## CONTEÚDO GERAL

## REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA

RELAÇÃO  
COM OS ODS

## GRI 204: PRÁTICAS DE COMPRAS

<b>204-1</b>	Proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes	página 56.	
<b>205-1</b>	Número total e percentual de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção e os riscos significativos identificados	página 25.	
<b>205-2</b>	Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate à corrupção	página 25.	
<b>205-3</b>	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	página 25.	

## GRI 301: MATERIAIS

<b>301-3</b>	Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto	página 117.	
--------------	---	-------------	--

## GRI 302: ENERGIA

<b>302-1</b>	Consumo de energia dentro da organização	página 91.	
<b>302-3</b>	Intensidade energética	página 91.	
<b>302-4</b>	Redução do consumo de energia	página 91.	
<b>302-5</b>	Reduções nos requisitos de energia relacionados a produtos e serviços	página 91.	

## GRI 305: EMISSÕES

<b>305-1</b>	Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	página 93.	
<b>305-2</b>	Emissões Indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 2)	página 93.	
<b>305-3</b>	Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 3)	página 93.	
<b>305-4</b>	Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	página 93.	

CONTEÚDO GERAL		REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM OS ODS
<b>305-5</b>	Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	página 93.	
<b>GRI 306: EFLUENTES E RESÍDUOS</b>			
<b>306-2</b>	Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição	página 95.	 
<b>GRI 308: AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES</b>			
<b>308-1</b>	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	páginas 80, 82, e 84.	
<b>308-2</b>	Impactos ambientais negativos significativos reais e potenciais na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito	páginas 39, 42, 76, 80 e 82.	
<b>GRI 401: EMPREGO</b>			
<b>401-3</b>	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero	página 101.	
<b>GRI 404: TREINAMENTO E EDUCAÇÃO</b>			
<b>404-1</b>	Média de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional	página 106.	
<b>404-3</b>	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminado por gênero e categoria funcional	página 103.	  
<b>GRI 405: DIVERSIDADE E IGUALDADE</b>			
<b>405-1</b>	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade	página 98.	

## CONTEÚDO GERAL

## REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA

RELAÇÃO  
COM OS ODS**GRI 406: NÃO DISCRIMINAÇÃO****406-1** Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas

Em 2017, foram registradas 83 reclamações trabalhistas em processos judiciais com alegação de assédio moral. Não há controle para reportar se essas reclamações têm relação com questões discriminatórias.

**GRI 407: LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA****407-1** Operações identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva pode estar correndo risco significativo e as medidas tomadas para apoiar esse direito

páginas 80, 82 e 84.

**GRI 408: TRABALHO INFANTIL****408-1** Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil

página 76.

**GRI 409: TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO****409-1** Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo

página 76.

**GRI 413: COMUNIDADES LOCAIS****413-1** Percentual de operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e/ou desenvolvimento local

página 108.

**413-2** Operações com impactos negativos significativos reais e potenciais nas comunidades locais

página 108.



## CONTEÚDO GERAL

## REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA

RELAÇÃO  
COM OS ODS

## GRI 414: AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES



**414-1** Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a direitos humanos

páginas 39, 80, 82 e 84.

**414-2** Impactos negativos significativos reais e potenciais em direitos humanos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito

páginas 39, 76, 80, 82 e 84.

## CONTEÚDO GERAL

## REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA

RELAÇÃO  
COM OS ODS

## SUPLEMENTO SETORIAL

**Código de Conduta**

**AF1** Conteúdo e cobertura do Código de Conduta.

página 80.

**Processo de Auditoria**

**AF2** Partes e pessoal envolvido no código de conduzir função de *compliance*.

página 84.



**AF3** Processo de auditoria de conformidade.

página 84.

**Procedimentos de Reclamação**

**AF4** Política e procedimentos para receber, investigar e responder às queixas e reclamações.

página 84.



CONTEÚDO GERAL		REFERÊNCIA (PG.) / RESPOSTA DIRETA	RELAÇÃO COM OS ODS
<b>Capacitação</b>			
<b>AF5</b>	Estratégia e âmbito de esforços para fortalecer a capacidade de gestão, de trabalhadores e outras partes na melhoria do desempenho nas questões sociais e ambientais.	página 86.	
<b>Integração do Negócio</b>			
<b>AF6</b>	Políticas para seleção de fornecedores, gestão e rescisão.	página 80.	
<b>Código de Conduta</b>			
<b>AF7</b>	Quantidade e local dos postos de trabalho cobertos pelo Código de Conduta.	página 80.	
<b>Processo de Auditoria</b>			
<b>AF8</b>	Número de auditorias realizadas e porcentagem dos locais de trabalho auditados.	página 84.	
<b>Constatações de Não-Conformidade</b>			
<b>AF9</b>	Casos de não cumprimento dos requisitos legais ou acordo coletivos de trabalho sobre salários.	página 84.	
<b>AF10</b>	Casos de não cumprimento com as normas relacionadas a horas-extras.	página 84.	
<b>AF12</b>	Incidentes do uso de trabalho infantil.	página 84.	
<b>AF13</b>	Casos de não conformidade com as normas em matéria de discriminação de gênero.	página 84.	
<b>AF14</b>	Casos de não conformidade como Código de Conduta.	página 84.	
<b>Integração do Negócio</b>			
<b>AF15</b>	Análise de dados de auditorias de conformidade de código.	página 84.	
<b>AF16</b>	Práticas de remediação em resposta às constatações de não conformidade.	página 84.	
<b>AF17</b>	As ações para identificar e mitigar práticas que afetam o cumprimento do código.	página 84.	

## OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



1. Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares
2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar, melhorar a nutrição
3. Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos
4. Garantir educação inclusiva, equitativa e de qualidade
5. Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas
6. Garantir disponibilidade e manejo sustentável da água
7. Garantir acesso à energia barata, confiável, sustentável
8. Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável
9. Construir infraestrutura resiliente, promover a industrialização inclusiva
10. Reduzir a desigualdade entre os países e dentro deles
11. Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes
12. Assegurar padrões de consumo e produção sustentável
13. Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima
14. Conservar e promover o uso sustentável dos oceanos
15. Proteger, recuperar e promover o uso sustentável das florestas
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável
17. Fortalecer os mecanismos de implementação e revitalizar a parceria global



# PARA *saber mais*

Outros documentos institucionais da Companhia, disponíveis nos *links* a seguir, também podem fornecer informações detalhadas sobre assuntos específicos:

## DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Sobre o que fala? Resultados operacionais e financeiros  
Disponível em: <https://bit.ly/2EGSRNj>

## POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE

Sobre o que fala? Gestão, valores e posicionamento da Companhia e de todos os seus colaboradores em relação às diretrizes estratégicas de sustentabilidade.  
Disponível em: <https://goo.gl/buZE67>

## FORMULÁRIO DE REFERÊNCIA

Sobre o que fala? Presta contas sobre a estratégia, governança e gestão de riscos do negócio.  
Disponível em: <https://bit.ly/2qup46s>

## CÓDIGO DE ÉTICA E CONDUTA

Sobre o que fala? Compromissos, valores e orientações de conduta nas relações com todos os públicos da Companhia e com o meio ambiente.  
Disponível em: <https://goo.gl/TgSWkv>

GRI 102-53

*Caso tenha alguma dúvida ou queira aprofundar alguma temática abordada neste relatório, mantemos um canal aberto na Gerência de Sustentabilidade através do e-mail: [relatorio@lojasrenner.com.br](mailto:relatorio@lojasrenner.com.br)*

# CRÉDITOS

**E**STE RELATÓRIO É UMA PRODUÇÃO DA **LOJAS RENNER S.A.**

Todas as imagens deste relatório são de colaboradores da Companhia.

## Sede

Lojas Renner S.A.  
Avenida Joaquim Porto Villanova, 401  
CEP: 91410-400 – Jardim do Salso  
Porto Alegre (RS) – Brasil  
Tel.: +55 (51) 3272.2450  
Site: [www.lojasrenner.com.br](http://www.lojasrenner.com.br)

## Coordenação

Diretoria de Recursos Humanos –  
Gerência de Sustentabilidade e  
Comunicação Interna  
Diretoria Administrativa, Financeira e  
de RI – Gerência de Relações com Investidores

## Projeto editorial, redação de conteúdo, consultoria GRI e Relato Integrado

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

## Projeto gráfico

Paim Comunicação  
<http://www.paim.com.br/>

## Diagramação e ilustrações

Canhotorium Arte Aplicada  
[www.canhotorium.com.br](http://www.canhotorium.com.br)

## Fotos

Clava <http://clava.co/>  
Nathan Barbosa (pg.42), Fabiano Panizzi  
(pg.108), Brun Vídeo Produtora (pg.46,  
pg.56, pg.57, pg.76, pg.78), Pablo  
Martinez (pg.9) e Lauro Rocha (pg.66).