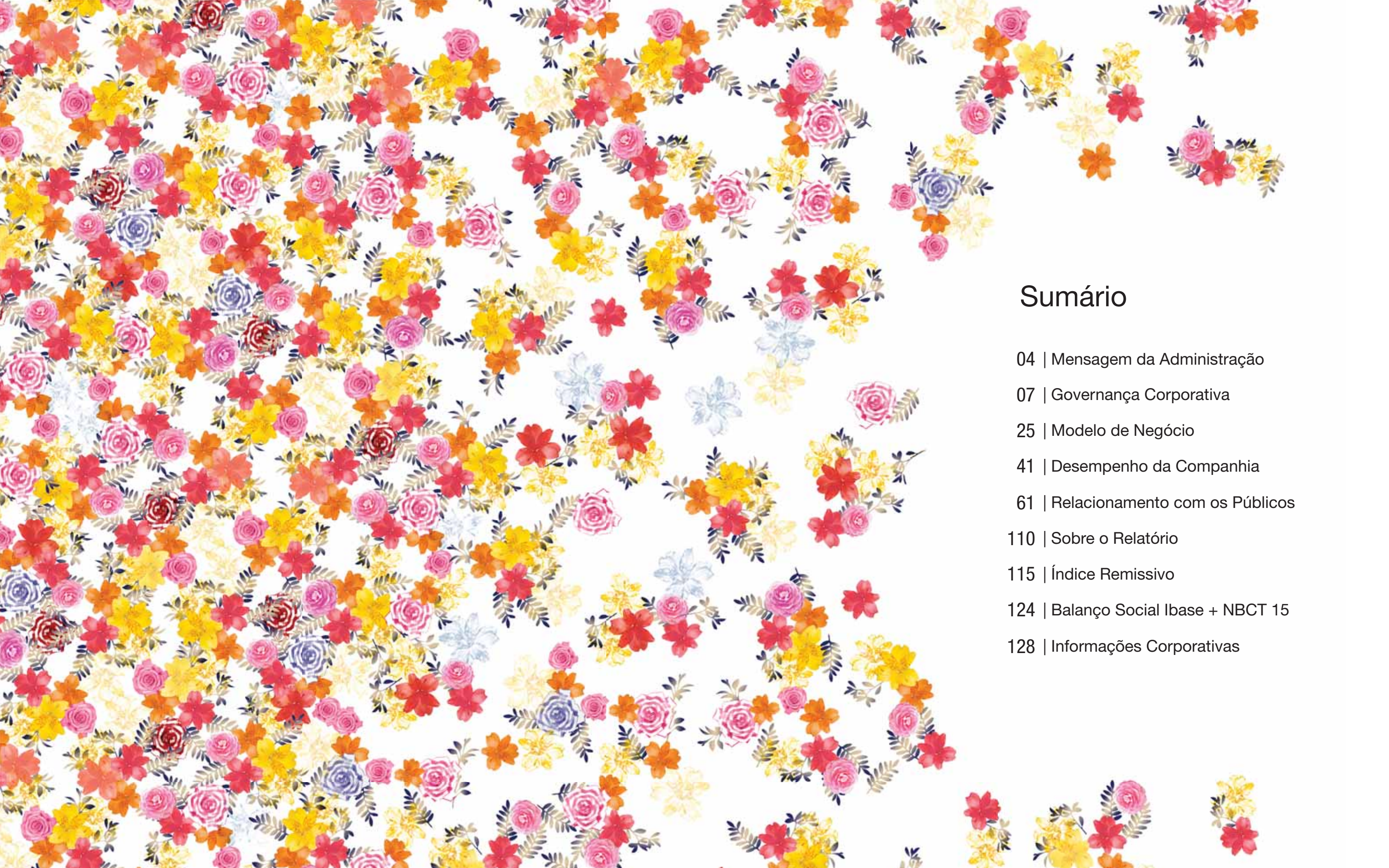




2013 relatório anual





Sumário

- 04 | Mensagem da Administração
- 07 | Governança Corporativa
- 25 | Modelo de Negócio
- 41 | Desempenho da Companhia
- 61 | Relacionamento com os Públicos
- 110 | Sobre o Relatório
- 115 | Índice Remissivo
- 124 | Balanço Social Ibase + NBCT 15
- 128 | Informações Corporativas

Mensagem da Administração

GRI G4-1 | G4-2

Na Lojas Renner, somos obstinados por resultados excepcionais. Por isso, em 2013, atentos ao contexto de menor crescimento do varejo de moda brasileiro, trabalhamos ativamente no monitoramento de indicadores a fim de garantir o bom desempenho em relação ao mercado. Com isso, e agregados à sólida cultura corporativa, mantivemos o nosso crescimento no setor, batendo a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) em todos os meses do ano.

Em 2013, nossas vendas chegaram a R\$ 3,9 bilhões, ou seja, tiveram crescimento de 13,1% comparado com 8,8% do setor de vestuário e calçados, segundo a PMC. Dessa forma, nossa geração de caixa atingiu R\$ 837,1 milhões, e a margem EBITDA chegou a 21,4%, 0,8 p.p. maior do que em 2012.

Para continuarmos sempre atendendo às tendências do mercado, estudamos e avaliamos constantemente o setor de varejo mundial. Observamos que muitas empresas de sucesso têm a sua essência pautada na simplicidade. Com o objetivo de aperfeiçoar nosso desempenho, trazendo maior agilidade nas operações e reação rápida e pronta para atender às expectativas de nossos clientes, incorporamos esse princípio como tema para os nossos negócios.

Mantivemos nossos esforços direcionados para o ganho de eficiência e produtividade, com investimento de R\$ 412,1 milhões em 2013, sobretudo com a abertura de 46 novas lojas, 14 reformas de grande porte, finalização do novo centro de distribuição (CD) do Rio de Janeiro e investimentos em tecnologia da informação (TI). Esses investimentos, planejados desde 2010, continuam o processo de mudança que iniciamos com o novo projeto logístico e está formatando-se com a estrutura do Centro de Serviços Compartilhados (CSC) e com a remodelação de lojas.

Estamos investindo no aprimoramento de processos para rentabilizar as operações e ganhar cada vez mais competitividade no mercado – frutos que esperamos colher nos próximos anos. Nesse aspecto, demos continuidade ao projeto de ampliação da área de armazenagem dos CDs e à atualização do modelo de abastecimento em lojas com o modelo *push-pull*, que trará benefícios significativos em relação a margens e giros de estoques.

Os investimentos dos últimos anos, essenciais para o crescimento e o desenvolvimento da Companhia, nos apresentam, hoje, um *return on invested capital* (ROIC) de 21,4% frente a 32,9% em 2010; contudo, sabemos que, para chegarmos onde planejamos, é preciso investir. Acreditamos que o caminho de aperfeiçoamento das nossas operações nos levará novamente a um ROIC superior ao atual.

Em 2014, seguiremos com foco em nossas metas para continuar o ritmo de expansão em novos mercados e consolidação nos locais onde já atuamos, bem como no ambiente digital, com a plataforma de *e-commerce*. Além disso, buscaremos aumentar a produtividade – tanto de nossas lojas, com aumento do nível de *market share*, como em capacidade logística, com a construção de novos CDs e implementação de sistemas automatizados.

No relacionamento com nossos públicos, o amadurecimento do tema da sustentabilidade representou um importante avanço não só para a gestão dos negócios mas também para a perpetuidade da Companhia. A publicação de nossa Política de Sustentabilidade e a inclusão dessa temática entre os valores corporativos demonstram o nosso compromisso e as nossas atitudes com o desenvolvimento social e o respeito ao meio ambiente.

Os resultados obtidos ao longo de nossa história são possíveis porque temos as pessoas certas nas posições certas, comprometidas e engajadas com os planos da Lojas Renner. Agradecemos a esses profissionais que compartilham todos os dias dos nossos Valores, das nossas metas e dos nossos objetivos. O reconhecimento a essas pessoas não é somente nosso, também acontece no mercado: em 2013, a Renner foi eleita a melhor empresa do país na gestão de pessoas pelo jornal Valor Econômico.

Continuaremos resilientes e comprometidos com nossa estratégia de crescimento, pois temos certeza de que ela está guiando-nos na direção certa. Cada um de nossos colaboradores, clientes, acionistas e fornecedores é fundamental para atingirmos os objetivos a que nos propomos – e confiamos que chegaremos lá, com a mesma determinação que já nos fez chegar até aqui.

**Oswaldo
Burgos Schirmer**
Presidente do
Conselho de
Administração

José Galló
Diretor Presidente



Governança Corporativa

<IR> Capital intelectual | Capital organizacional

Padrões de excelência na gestão dos negócios, perfil inovador e pioneiro e vocação para encantar são aspectos fundamentais da trajetória e da atuação da Lojas Renner. Em constante crescimento e evolução, a Companhia é a maior varejista de moda no Brasil em faturamento. Em 2005, foi a primeira corporação brasileira com 100% das ações negociadas em bolsa e passou a ser listada no Novo Mercado – o mais alto nível de governança da BM&FBovespa.

Sobre a Companhia

TR6 | GRI G4-3 | G4-5 | G4-7 | G4-56

Perfil institucional GRI G4-56

A paixão por superar desafios e o desejo de encantar formam a essência da Lojas Renner e são traduzidos por sua Filosofia do Encantamento. Essa vocação, que remonta às origens da operação, fortaleceu-se ao longo do tempo e hoje faz parte do jeito de atuar da Companhia – atualmente formada por todas as operações em moda (Renner e Youcom) e casa e decoração (Camicado).

Como diretrizes de atuação da Lojas Renner, merecem destaque os fundamentos corporativos, que reúnem sua Missão, sua Visão e seus Valores. Em 2013, estes foram revistos e a sustentabilidade foi incluída como Valor.



Saiba mais sobre os indicadores GRI no capítulo Sobre o Relatório.

A Lojas Renner inicia sua história como empresa independente para, dois anos depois, abrir seu capital na bolsa de valores.

1965

Antes disso, a Companhia existia como parte do grupo A.J. Renner, indústria fabril instalada no bairro Navegantes, em Porto Alegre (RS), que em 1922 abriu seu primeiro ponto de venda para a comercialização de artigos têxteis. Em 1940, o grupo começou a operar como loja de departamentos.

A Lojas Renner é pioneira na inauguração de uma unidade em *shopping center* e na automação de lojas.

DÉCADAS DE
1970
1980

A Companhia profissionaliza a sua gestão e passa a atuar como loja de departamento especializada em moda.

INÍCIO DA DÉCADA DE
1990

A implantação do Encantômetro faz da Lojas Renner a primeira varejista do mundo a mensurar o grau de satisfação dos clientes na saída da loja.

1996

Foi um momento estratégico para o projeto de expansão da Lojas Renner, com o início das operações em São Paulo, principal centro econômico do país.

1997

LINHA DO TEMPO

Uma trajetória de pioneirismo e encantamento

1998

Foi um ano de grande crescimento com a aquisição do controle acionário pela J.C. Penney Brazil Inc., subsidiária de uma das maiores redes de lojas de departamentos dos Estados Unidos.

2002

É criado o conceito *Lifestyle*, no qual as coleções são desenvolvidas por estilo de vida e compostas por marcas próprias.

2005

Após oferta pública das ações que estavam sob controle da J.C. Penney Brazil Inc., a Lojas Renner torna-se a primeira corporação do Brasil com 100% das ações negociadas em bolsa e passa a ser listada no Novo Mercado da BM&FBovespa.

2006
2009

O projeto de expansão é impulsionado no Norte e no Nordeste. No mesmo período, a Companhia cria o Instituto Lojas Renner.

2010

Foi lançado o Meu Cartão, cartão *co-branded* em parceria com a Mastercard e a Visa, e o *e-commerce*.

2011

Projeto de expansão bate recorde com a inauguração de 30 lojas e ganha impulso com o *e-commerce* e a aquisição da Camicado.

2012

Foi inaugurado o centro de distribuição no Rio de Janeiro (RJ) e tiveram início os Projetos Supply Chain e Centro de Serviços Compartilhados.

2013

Lançamento da marca Youcom, especializada em público jovem, reformulação do Código de Ética e Conduta e inclusão de um novo Valor para a Companhia: sustentabilidade.

4.370.328
Receita líquida total em 2013 (R\$ mil)



22,5 milhões
de cartões emitidos

2.502.744
Lucro bruto total em 2013 (R\$ mil)



96,9%
dos clientes muito
satisfeitos ou satisfeitos

16.367
colaboradores

837.131
EBITDA ajustado total em 2013 (R\$ mil)

11.495.390,74
de investimento social em 2013 (R\$)

NÚMERO DE LOJAS EM 2013

278

217



46



15



436,3
Total de área de vendas
em 2013 (mil m²)

411,1

23,0

2,2

NÚMERO ESTIMADO DE LOJAS EM 2021

833

408



125



300



Lojas Renner GRI G4-8

- Norte**
- AMAZONAS 3
 - PARÁ 3
 - AMAPÁ 1
 - RONDÔNIA 1
 - TOCANTINS 1
 - ACRE 1

- Nordeste**
- BAHIA 8
 - PERNAMBUCO 6
 - CEARÁ 4
 - RIO GRANDE DO NORTE 3
 - ALAGOAS 3
 - SERGIPE 2
 - MARANHÃO 2
 - PARAÍBA 1
 - PIAUÍ 1

- Centro-Oeste**
- DISTRITO FEDERAL 7 2
 - GOIÁS 7 1
 - MATO GROSSO DO SUL 3
 - MATO GROSSO 2

- Sudeste**
- SÃO PAULO 67 10 25 1 1
 - RIO DE JANEIRO 22 4 1
 - MINAS GERAIS 15 2 2
 - ESPÍRITO SANTO 4 1

- LOJAS RENNER
- YOUCOM
- CAMICADO
- CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO RENNER*
- CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO CAMICADO

- Sul**
- RIO GRANDE DO SUL 25 3 5
 - PARANÁ 14 4
 - SANTA CATARINA 11 2 1

A sede da Lojas Renner fica em Porto Alegre

* O CD Youcom é compartilhado com o CD Renner em São Paulo.

Fundamentos corporativos GRI G4-56

Valores

ENCANTAR É a nossa realização: colocamo-nos 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, o resolvemos imediatamente.

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

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

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

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

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

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

Missão

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

Visão

Encantar a todos é a nossa realização.

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

Mercado de capitais TRA4 | GRI G4-8 | Capital financeiro

Listada na Bolsa de Valores desde 1967, a Lojas Renner sempre buscou integrar o grupo de empresas com melhores práticas de governança corporativa. Em 2005 foi a primeira corporação brasileira com 100% das ações negociadas em bolsa.

Os acionistas com mais de 5% das ações da Companhia são listados na tabela a seguir:

COMPOSIÇÃO ACIONÁRIA EM 31/12/2013

POSIÇÃO DOS ACIONISTAS COM MAIS DE 5% DE AÇÕES	Quantidade de ações	Percentual do capital social
Aberdeen Asset Management PLC	17.858.786	14,19
BlackRock, Inc.	8.999.153	7,15
J.P. Morgan Asset Management, Inc.	8.962.521	7,12
T. Rowe Price	6.872.800	5,46
Outros	83.201.605	66,08
Total	125.894.865	100,00

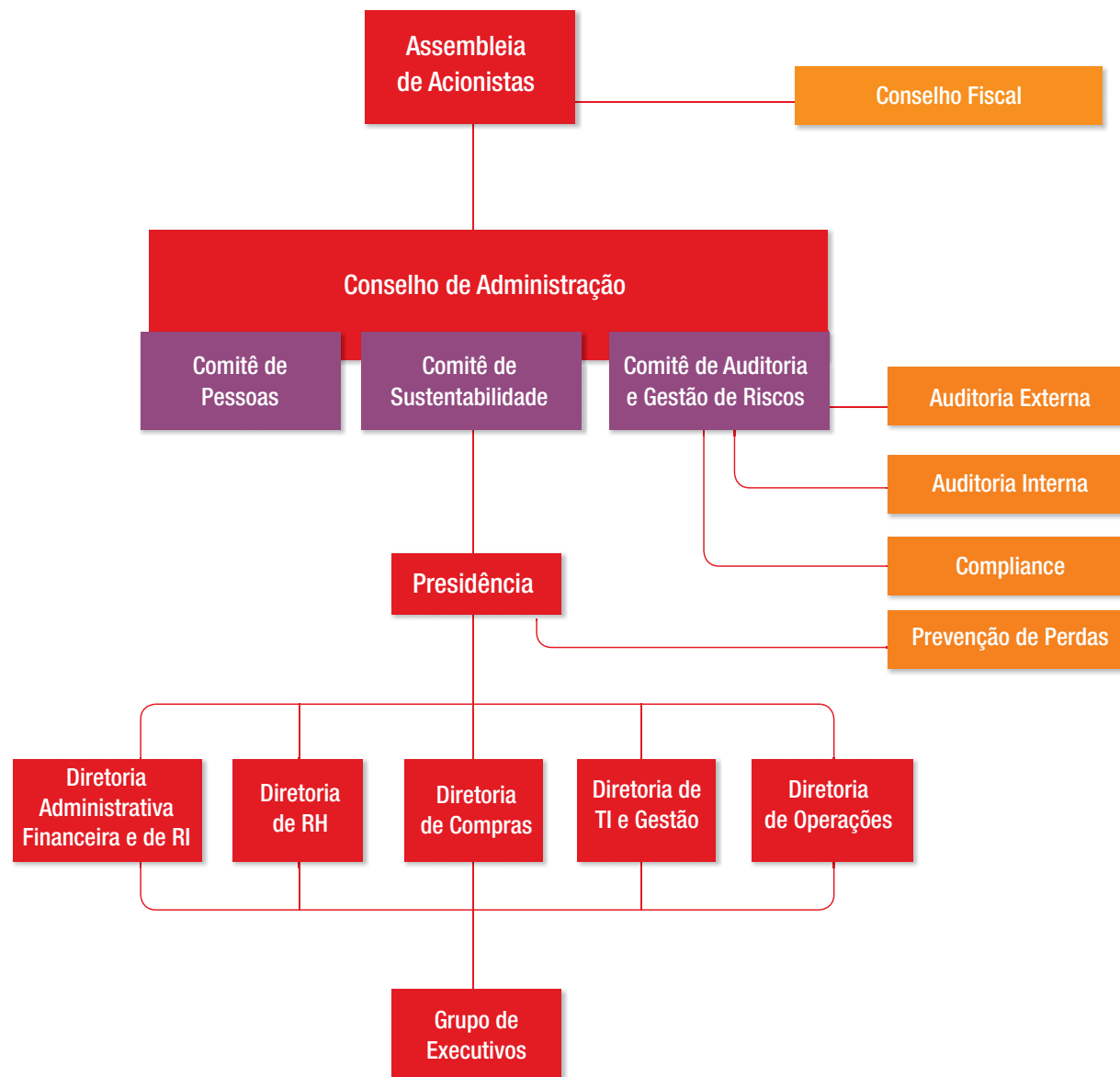
Relacionamento com investidores TRA24 | GRI G4-49 | G4-50

A área de Relações com Investidores (RI) faz a conexão entre os investidores e a Companhia e oferece informações no tempo certo, com clareza e transparência. Para que isso ocorra da melhor forma possível, canais específicos são disponibilizados, com equipe preparada para responder com agilidade e equidade. Além da disponibilização de informações e documentos no site de Relações com Investidores (www.lojasrenner.com.br/ri), o time de RI está acessível diariamente por telefone ou e-mail para sanar dúvidas e receber sugestões. A Lojas Renner realiza, ao longo do ano, apresentações ao mercado, como as teleconferências trimestrais de resultados, as reuniões e os *roadshows* internacionais, a reunião pública em parceria com a Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais (Apimec) e o Renner Day, quando os próprios diretores apresentam as estratégias e os resultados das operações aos analistas do mercado de capitais.



Estrutura de governança

GRI G4-34 | G4-35 | G4-36 | G4-38 | G4-39 | G4-40 | G4-41 | G4-42 | G4-43 | G4-44 | G4-45 | G4-46 | G4-47 | G4-48 | G4-50 | G4-51 | G4-52 | G4-53 | G4-54 | G4-55 | G4-EC6 | Capital intelectual | Capital humano



Assembleia de Acionistas

TRA24 | GRI G4-40 | G4-42 | G4-45

Eleger os membros dos Conselhos de Administração e Fiscal e deliberar sobre questões financeiras e estratégicas, alterações estatutárias e remuneração aos acionistas estão entre as principais atribuições da Assembleia de Acionistas. Convocados anualmente para as assembleias ordinárias e sempre que necessário para as reuniões extraordinárias, todos os acionistas têm igual direito a voto.

A Lojas Renner supera as exigências legais ao convocar as assembleias com antecedência acima de 30 dias. No mesmo dia da convocação, a Companhia publica o Manual para Participação em Assembleia, que orienta a participação dos acionistas e indica os temas que serão deliberados na ocasião. Os docu-

mentos relativos à assembleia, como o manual e as atas, ficam publicamente disponíveis em www.lojasrenner.com.br/ri.

Em 2013, a Assembleia Geral Ordinária foi realizada em abril, quando os acionistas deliberaram sobre as contas dos administradores e as demonstrações financeiras de 2012, definiram a destinação do lucro líquido do exercício e a distribuição de dividendos, aprovaram a incorporação de 50% do saldo da Reserva de Lucros para Investimentos e Expansão ao capital social da Companhia e reelegeram os membros do Conselho de Administração e os membros efetivos e suplentes do Conselho Fiscal, que também tiveram sua remuneração para 2013 definida.



REQUEST

Conselho Fiscal GRI G4-42 | G4-44 | G4-45 | G4-46 | G4-47 | G4-48 | Capital intelectual

O Conselho Fiscal é um órgão independente que fiscaliza as atividades dos administradores, sempre considerando as obrigações legais e estatutárias, e opina sobre relatórios e propostas a serem encaminhados à Assembleia Geral de Acionistas e ao exame das demonstrações financeiras da Companhia.

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO FISCAL EM 31/12/13

NOME	Idade	Posição	Primeira eleição
Francisco Sérgio Quintana da Rosa	68	Presidente	01/09/05
Helena Turola de Araujo Penna	39	Membro	01/09/05
Isabel da Silva Ramos	39	Membro	21/03/06
Ricardo Gus Maltz	55	Suplente	22/04/10
João Luiz Borsoi	75	Suplente	15/04/09
Roberto Frota Decourt	41	Suplente	22/04/10

Para saber mais sobre o Conselho Fiscal e a qualificação de seus integrantes, acesse o Formulário de Referência em www.lojasrenner.com.br/ri.



Conselho de Administração

GRI G4-42 | G4-44 | G4-45 | G4-46 | G4-47 | G4-48 | Capital intelectual

O Conselho de Administração (CA) é atualmente composto por oito membros, seis deles conselheiros independentes. Essa configuração promove pluralidade de opiniões na busca por estratégias de negócio e garante independência das atividades executivas.

Entre as diversas atribuições, é conferido ao Conselho a orientação geral dos negócios, a eleição de diretores, a deliberação sobre a convocação da Assembleia Geral e a seleção de auditores independentes. Para isso, seus integrantes reuniram-se 15 vezes ao longo do ano.

A qualidade desses encontros é incrementada pelas boas práticas mantidas pela Lojas Renner, como o Portal do Conselho de Administração. Nesse ambiente on-line, os conselheiros têm acesso às pautas das reuniões e aos documentos de apoio com antecedência.

Em 2013, Osvaldo Burgos Schirmer assumiu a presidência do órgão, substituindo Claudio Thomaz Lobo Sonder, que se tornou vice-presidente do Conselho de Administração. O executivo já integrava o Conselho da Lojas Renner desde 2012 como membro independente e preside o Comitê de Auditoria e Gestão de Risco.

COMPOSIÇÃO DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO EM 31/12/13

NOME	Idade	Posição	Primeira eleição
Osvaldo Burgos Schirmer*	63	Presidente	20/04/12
Claudio Thomaz Lobo Sonder*	71	Vice-Presidente	02/04/07
Egon Handel*	74	Membro	30/04/91
José Galló	62	Membro	26/04/98
Pedro Pezzi Eberle*	65	Membro	02/04/07
Deborah Patricia Wright*	56	Membro	31/03/08
José Carlos Hruby	69	Membro	11/04/11
Flavia Buarque de Almeida*	46	Membro	26/10/11

* Membros independentes.



Para saber mais sobre o Conselho de Administração, seus comitês de assessoramento e a qualificação de seus integrantes, acesse o Formulário de Referência em www.lojasrenner.com.br/ri.

Três comitês dão apoio ao Conselho de Administração, aprofundando os temas para debate e fortalecendo o vínculo entre a operação e a governança de aspectos estratégicos para o negócio:

Comitê de Pessoas

Criado em 2005, com o nome de Comitê de Remuneração, auxilia o processo de definição da distribuição de remuneração de conselheiros, diretores e gerentes-gerais. Atualmente é composto por três membros independentes do Conselho de Administração. Ao longo de 2013, a pauta de maior ênfase nesse fórum foi o tema sucessão, e nas reuniões mensais foram debatidas questões como a formação de líderes e o pacote de incentivos aos executivos da Lojas Renner.

COMPOSIÇÃO DO COMITÊ DE PESSOAS EM 31/12/13

NOME	Idade	Posição	Primeira eleição
Egon Handel	74	Presidente	08/06/05
Pedro Pezzi Eberle	65	Membro	02/04/07
Claudio Thomaz Lobo Sonder	71	Membro	18/07/07

Comitê de Sustentabilidade

Criado em 2008, teve participação importante na publicação da Política de Sustentabilidade e na redação do novo Valor corporativo – sustentabilidade –, colaborando para aproximar a estratégia de gestão às funções operacionais da Companhia. Além disso, envolveu-se no Relatório Anual de Sustentabilidade 2012 e na elaboração deste relatório anual. É constituído por dois membros do CA, sendo um independente e um membro da Diretoria Corporativa.

COMPOSIÇÃO DO COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE EM 31/12/13

NOME	Idade	Posição	Primeira eleição
Deborah Patricia Wright	56	Presidente	20/04/12
José Carlos Hruby	69	Membro	31/03/08
Clarice Martins Costa	60	Membro	31/03/08

Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos

Criado em 2012, é formado por três integrantes do Conselho de Administração. Orienta esse órgão no monitoramento dos processos das demonstrações financeiras e dos sistemas de controles internos. Para isso, avalia a independência e o desempenho dos auditores externos e internos, revisa as áreas de riscos significativos à Companhia e monitora o cumprimento dos requerimentos legais e regulatórios.

COMPOSIÇÃO DO COMITÊ DE AUDITORIA E GESTÃO DE RISCOS EM 31/12/13

NOME	Idade	Posição	Primeira eleição
Oswaldo Burgos Schirmer	63	Presidente	20/04/12
José Carlos Hruby	69	Membro	20/04/12
Flavia Buarque de Almeida	46	Membro	20/04/12



Diretoria Executiva

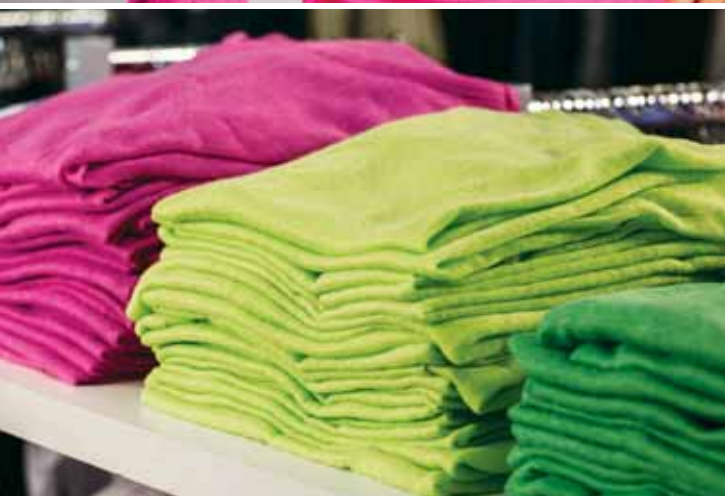
GRI G4-42 | G4-44 | G4-45 | G4-46 | G4-47 | G4-48 | Capital intelectual

Além de representar legalmente a Companhia, os diretores trabalham próximos aos colaboradores e são porta-vozes dos fundamentos corporativos. Entre as principais funções da Diretoria está o comando das operações, que segue as orientações estratégicas e diretrizes estabelecidas pelo Conselho de Administração.

Quatro comitês de gestão assessoram os diretores: Comitê de Prevenção de Perdas, Comitê de Real Estate, Comitê de Ética Empresarial e Comitê Executivo. Assim como os Comitês do Conselho de Administração, esses fóruns contribuem para aprofundar as discussões de temas estratégicos em reuniões de Diretoria e auxiliam a tomada de decisão.

COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA EM 31/12/13

NOME	Idade	Posição	Primeira eleição
José Galló	62	Diretor Presidente	30/09/91
Clarice Martins Costa	60	Diretora de Recursos Humanos	27/12/06
Haroldo Luiz Rodrigues Filho	52	Diretor de Compras	31/03/08
Paulo José Marques Soares	45	Diretor de Operações	11/01/10
Emerson Silveira Kuze	41	Diretor de Tecnologia da Informação e Gestão	01/10/12
Laurence Beltrão Gomes	43	Diretor Administrativo e Financeiro e de RI	30/09/13



Renner



Plano de sucessão de líderes TRA22 | GRI G4-43

Garantir a preparação de líderes para acompanhar o plano de expansão é o principal objetivo do Programa de Sucessão, criado em 2007. Avaliações de desempenho com base em competências estratégicas e organizacionais identificam executivos com alto potencial, e, para estes, é desenvolvido um plano estruturado de desenvolvimento de sucessores.

Por meio desse programa, a Lojas Renner tem mapeados os possíveis sucessores para cada cargo executivo e o tempo e o plano de ação necessários para que esses profissionais possam assumir novas posições. As ações de desenvolvimento são planejadas com o executivo, seu gestor e um profissional da área de Recursos Humanos, além de serem acompanhadas periodicamente (saiba mais no capítulo Relacionamento com os Públicos > Colaboradores).

Um projeto de melhoria dessa prática foi iniciado no segundo semestre de 2013, com novos critérios para a identificação de potencial e a avaliação do nível de prontidão para sucessão. A metodologia utiliza um indicador de prontidão, que, com base na análise dos gestores, apresenta visualmente o tempo previsto para que o sucessor seja preparado. Com ele, o planejamento de ações e a identificação de posições sem sucessor mapeado foram facilitados. O nível gerencial da Companhia tem entre suas metas de avaliação a formação de sucessores.

Os resultados são apresentados ao Comitê de Sucessão da Diretoria, que teve início em 2009 e é formado por todos os diretores da Lojas Renner. O primeiro ciclo com esse modelo foi iniciado em 2013, com a definição de um mapa de sucessão e de ações de aceleração de prontidão.

Mecanismos de avaliação de desempenho GRI G4-44

Os integrantes do Conselho de Administração e dos comitês passam por um processo anual de avaliação, em que são considerados o desempenho do órgão como um todo e um processo de autoavaliação. Já a Diretoria tem sua avaliação anual conduzida com acompanhamento do Comitê de Avaliação e Calibragem da Diretoria, formado pelos integrantes do Comitê de Pessoas e pelo presidente do Conselho de Administração.

O CEO é avaliado pelo Comitê de Pessoas e pelo presidente do Conselho de Administração. Com base no resultado dessas avaliações são identificadas as necessidades de desenvolvimento dos executivos e planejadas ações para seu aperfeiçoamento.

O modelo de avaliação de desempenho dos integrantes do CA está em processo de revisão e melhoria. Em 2013, foram incluídas três perguntas relacionadas à sustentabilidade e, para 2014, a avaliação incluirá um bloco integralmente dedicado à atuação do Comitê de Sustentabilidade.



Para saber mais sobre a remuneração dos administradores, consulte o item 13 do Formulário de Referência em www.lojasrenner.com.br/ri.

Remuneração da Administração

TR23 | GRI G4-51 | G4-52 | G4-53 | G4-54 | G4-55 | G4-EC3

A remuneração da Lojas Renner é fundamentada nos interesses dos acionistas na criação de valor sustentável e de longo prazo, nas metas e estratégias de negócios, nas melhores práticas de mercado e na Visão, na Missão e nos Valores. A política de remuneração tem como premissa a meritocracia e está diretamente ligada à gestão por competência, o que aproxima o desenvolvimento das pessoas aos objetivos de negócio.

Os membros da Diretoria recebem remuneração definida pelo Conselho de Administração,

calculada com base no alcance das metas da Companhia, que inclui parcela variável e pacote de benefícios. Cabe à Assembleia Geral, conforme previsto no Estatuto, definir a remuneração dos administradores; e ao Conselho de Administração, distribuir a remuneração entre seus membros e os da Diretoria.

Com base na remuneração total dos diretores é calculada a remuneração fixa dos conselheiros fiscais. Já os integrantes do Conselho de Administração recebem remuneração fixa calculada com base em práticas de mercado, além de uma parcela variável.

AÇÕES EM PODER DE CONSELHEIROS E DIRETORES DA COMPANHIA EM 31/12/13

ÁREAS DE GOVERNANÇA	Quantidade de ações	Percentual do capital social
Conselho de Administração	100.068	0,08
Diretoria	911.400	0,72
Conselho Fiscal	0	0,00
Total	1.011.468	0,80



Para saber mais sobre o Plano de Opção de Compra de Ações, consulte o item 13 do Formulário de Referência em www.lojasrenner.com.br/ri.

Plano de Opção de Compra de Ações

Além disso, visando ao alinhamento de objetivos da Companhia com os dos beneficiários, também foi aprovado um Plano de Opção de Compra de Ações para administradores, que oferece a oportunidade de aquisição de ações por preço e prazo previamente definidos, seguindo condições e termos específicos. Os ganhos com essas operações estão diretamente relacionados à valorização das ações da Companhia.

Aprovado pela Assembleia Geral dos Acionistas, o plano é supervisionado pelo Comitê de Pessoas, cujos membros não podem ser beneficiários das opções de compra.

Prêmios e reconhecimentos

Gestão de Pessoas

A Renner está entre as Melhores Empresas para Você Trabalhar (Guia VOCÊ S/A), as 35 Melhores Empresas para Começar a Carreira (Guia VOCÊ S/A) e as 50 Melhores Empresas Psicologicamente Saudáveis (revista Gestão RH); foi eleita Melhor Empresa Brasileira em Gestão de Pessoas (Valor Carreira); e conquistou o 1º lugar na categoria RH do Ano do Prêmio RHs Mais Admirados do Brasil (revista Gestão RH).

IR Magazine Brazil Awards

A Lojas Renner ficou entre as cinco finalistas (menção honrosa) na categoria Melhor Executivo de Relações com Investidores – *large cap* (Paula Picinini).

Latin America Executive Team Ranking (revista Institutional Investor)

A Lojas Renner conquistou os prêmios de Melhor Programa de RI (Lojas Renner), Melhor CEO (José Galló), Melhor CFO (Adalberto Santos) e Melhor Profissional de RI (Paula Picinini) – todos em primeiro lugar pelo *sell side* e pelo *buy side*. Adalberto Santos também ficou em terceiro lugar pelo *buy side* na categoria Melhor Profissional de RI.

Best Brazilian Brands 2013 (Interbrand 2013)

A Renner foi eleita a 13ª marca mais valiosa do Brasil.

Best Retail Brands 2013 – Melhores Marcas (Interbrand)

A Renner foi eleita a segunda marca mais valiosa entre as brasileiras nesse *ranking* do setor varejista.

Revista Exame

A Renner ficou em terceiro lugar entre as marcas nacionais de moda mais atuantes no Instagram.

Por Dentro do Estilo Paulistano (Veja São Paulo)

A Renner foi eleita a loja de departamento preferida entre os leitores da revista.

Marcas Cariocas (O Globo)

A Renner foi eleita a marca preferida dos cariocas na categoria Moda Feminina.

Certificação Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS)

A Lojas Renner conquistou pelo segundo ano essa certificação no que se refere a modelo de segurança para proteção dos dados de cartões de crédito e débito.





Modelo de Negócio

<IR> Capital manufaturado

DMA GRI G4-14 | G4-41 | G4-49 | G4-50 | G4-53 |
G4-56 | G4-57 | G4-58 | G4-EC9 | G4-HR1 | G4-HR4 |
G4-HR9 | G4-S02 | G4-S03 | G4-S07 | G4-S08

Princípios sólidos norteiam a atuação dos mais de 16 mil colaboradores da Lojas Renner, a definição de estratégias no âmbito da governança aos procedimentos cotidianos de atendimento nas lojas e as operações de *back office*. Em 2013, essas diretrizes foram aprimoradas, com destaque para a revisão do Código de Ética e Conduta, o lançamento da Política de Sustentabilidade e a inclusão da sustentabilidade como Valor da Companhia.

Outro movimento importante foi a incorporação da simplicidade como base para a gestão dos negócios. Com base nos estudos de modelos vencedores de negócios no setor varejista mundial, a Lojas Renner identificou nas principais referências internacionais um traço em comum: estratégias fundamentadas na simplicidade, na confiança nas pessoas e no profundo conhecimento do consumidor. A aplicação dessas diretrizes facilitará o aperfeiçoamento da operação e oferecerá mais agilidade e capacidade de antever as tendências

de mercado, com a flexibilidade necessária para adaptar a Companhia ao comportamento da demanda. Para tanto, a Lojas Renner compartilhou esses conceitos com seus colaboradores por meio das Leis da Simplicidade: 1. Confie mais, controle menos; 2. Antes de fazer, pergunte: para quê?; 3. Simplifique brutal com foco no negócio e no cliente; 4. Elimine os melindres, inimigos da simplicidade; e 5. Remova sempre tudo o que o cliente não quer pagar.

Estratégia e geração de valor

<IR> Capital intelectual | Capital organizacional

Gestão da sustentabilidade

<IR> Capital natural | Capital intelectual | Capital organizacional
TR3 | TR6 | TR7 | TR8 | TR9 | TR10 | TR11 | GRI G4-14 |
G4-EC2 | G4-EN29 | G4-EN30 | G4-EN31

A história pioneira da Lojas Renner no mercado de varejo reflete-se na forma como a gestão da sustentabilidade é incorporada em seu negócio. O compromisso com a gestão responsável envolve todas as atividades, da governança à operação, e é estendido a fornecedores, clientes e demais públicos de relacionamento.



ABRANGÊNCIA DA POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE

Temas críticos para o desenvolvimento social e a redução de impactos ambientais relacionados às atividades da Companhia foram identificados no processo de elaboração da Política de Sustentabilidade. O documento determinou o compromisso e a conduta da Lojas Renner com seus públicos diante de cada um desses nove temas:

**GESTÃO DAS EMISSÕES DOS
GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE)
GESTÃO DOS RESÍDUOS SÓLIDOS
ENERGIA | ÁGUA | QUÍMICOS
FORNECEDORES | PRODUTOS E SERVIÇOS
COLABORADORES | DESENVOLVIMENTO
DAS COMUNIDADES**

Em um processo contínuo de melhoria, a Companhia vem aprimorando e formalizando suas práticas nesse âmbito. Bons exemplos não faltaram em 2013: foi nesse período que a Companhia publicou sua Política de Sustentabilidade (conheça as principais diretrizes ao lado) e incluiu o tema entre seus Valores (saiba mais no capítulo Governança Corporativa). Divulgada internamente aos colaboradores e disponível para consulta em www.lojasrenner.com.br/ri, a política será comunicada aos demais públicos da Lojas Renner por meio de ações dirigidas ao longo de 2014. Nesse ano também serão definidos indicadores e metas por negócio/setor relacionados às diretrizes.

O ano também foi marcado pela atuação do Comitê de Sustentabilidade, que consolidou as demandas dessa natureza para levá-las ao Conselho de Administração. Para tanto, o Comitê estabeleceu uma agenda de reuniões trimestrais com pautas definidas, o que reflete o amadurecimento da sustentabilidade no negócio.

Entre as ações desenvolvidas em 2013 para minimizar o impacto das operações no meio ambiente, destacam-se duas iniciativas: uma envolvendo o planejamento de um modelo para lojas sustentáveis e outra com impacto na cadeia de fornecedores.

Ainda em processo de estruturação, a primeira loja sustentável a ser certificada da Renner deve iniciar suas operações em 2014 na cidade de Fortaleza (CE). Com o apoio de escritórios especializados e o envolvimento direto de colaboradores da Companhia, estão sendo estudadas alternativas para definir um modelo interno de loja sustentável. Fundamentadas nesse modelo, boas práticas poderão ser compartilhadas e adotadas na padronização de novas unidades, na sua construção e na sua operação.



Outra iniciativa em andamento é o Projeto Sustentabilidade na Cadeia do Jeans, que tem o objetivo de desenvolver a cadeia de fornecedores de revenda de *jeans* dentro dos pilares da sustentabilidade. Por ser bastante representativo no total de vendas, foi nesse segmento que a Lojas Renner iniciou um processo estruturado de mapeamento e gestão de riscos socioambientais.

Um intenso esforço com fornecedores, por meio de entrevistas e visitas técnicas, identificou a atual situação e os pontos críticos da cadeia em aspectos como definição e gestão de indicadores, gestão de resíduos sólidos, consumo de água, geração e tratamento de efluentes, saúde e segurança do trabalho, economia ambiental e definição de critérios de compras. Ainda nessa etapa, foi aplicada a

cada um dos fornecedores a planilha de contabilidade da sustentabilidade, de acordo com a metodologia do Sistema Contábil Gerencial Ambiental (SICOGEA), com algumas adaptações para atender à realidade encontrada nesse setor.

Com base nesse diagnóstico foi possível definir diretrizes de produção sustentável, estabelecendo padrões ideais de atuação, e identificar pontos para serem trabalhados, fundamentado no índice de sustentabilidade encontrado em cada fornecedor pela análise SICOGEA. Na próxima etapa do projeto serão desenvolvidos planos de ação de melhoria para implementação pelos fornecedores, de acordo com sua atual situação, com acompanhamento e apoio da Companhia.

GRI G4-EN31

INVESTIMENTOS EM SUSTENTABILIDADE (EM R\$)	2013	2012 ¹	2011
Gastos com tratamento e disposição de resíduos ²	357.727	242.093	185.618
Gastos com inventário de emissões	12.275	N.D.	N.D.
Gastos com mitigação de impactos ambientais (neutralização de GEEs)	14.064	25.875	N.D.
Gastos com gestão ambiental (Prêmio PGRS, obras da área de manuseio de resíduos, de consultoria e do projeto EcoEstilo)	6.825	10.100	85.000
Total³	390.891	278.068	270.618

1. Nos dados de 2012 foram considerados somente investimentos realizados na Renner e na Blue Steel.

2. O aumento em mais de 47% nos custos com a gestão de resíduos se deu pelo aumento significativo da geração de resíduos de lâmpadas fluorescentes, que mais que dobraram na comparação de 2012 para 2013.

3. Dados de 2013 contemplam Renner e Camicado.

Expansão dos negócios

TR3 | TR6 | GRI G4-EC2 | G4-EC4 | Capital intelectual

Para a maior varejista de moda do Brasil em faturamento, continuar crescendo em rentabilidade e volume de vendas significa também investir na expansão do número de lojas, seja para consolidar a presença nos locais onde já opera ou iniciar operações em novos mercados.

O plano de expansão da Companhia foi desenvolvido internamente e corroborado por uma empresa líder no segmento de pesquisa de mercado. Baseia-se fortemente na avaliação do potencial de mercado e nas estimativas de evolução de *market share* para o público-alvo segmentadas por estado e no desempenho de outras lojas da rede já em operação. Com isso, é possível prever não apenas quais são os novos mercados mas também quando cada um deles se tornará atrativo.

Para a Renner, 2013 foi um ano de continuidade ao plano de expansão. Foram 29 inaugurações em todas as regiões do Brasil: 12 lojas no Sudeste, 7 no Nordeste, 4 no Sul, 3 no Centro-Oeste e 3 no Norte. Isso ilustra um ace-

lerado processo de crescimento uma vez que a empresa passou de uma média de 13 inaugurações por ano para 28 novas lojas no mesmo período. Seguindo nesse ritmo, a Renner caminha para um total de 408 lojas até 2021.

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

A criação de lojas especializadas contribui com uma importante oportunidade de crescimento. Em 2013, a Companhia investiu no lançamento da marca Youcom, o que fortaleceu o relacionamento com o público jovem (saiba mais no capítulo Desempenho da Companhia). Ao longo do ano, entre novas lojas e as 4 unidades da Blue Steel que foram transformadas em Youcom, foram inauguradas 15 filiais como parte de um plano de expansão para a marca de abrir 300 lojas até 2021.

Adquirida em 2011, a Camicado complementa a oferta de produtos da Companhia e apresenta potencial de se consolidar como a maior operadora nacional no mercado de casa e decoração, já que não existe outra rede que explore o segmento com a mesma abrangência de produtos. Em 2013, foram inauguradas 6 lojas da rede, totalizando 46 unidades. A previsão é chegar a 125 lojas até 2021.

Os investimentos em *e-commerce* também são estratégicos para esse processo de expansão uma vez que a ferramenta tem potencial para atender clientes de todas as regiões do país, incluindo locais onde a Lojas Renner ainda não opera. Outras oportunidades de negócio são apontadas pelas práticas de aproveitamento dos serviços financeiros, ofertas de cartão *co-branded* e projeto de revitalização do Cartão Renner, que têm o objetivo de estreitar o relacionamento com os clientes e promover a lembrança da marca.

Gestão logística

<IR> Capital manufaturado

A Renner vem se estruturando em um novo modelo logístico, que envolve a ampliação do número de centros de distribuição (CDs) e a implantação de novos processos de gestão logística e atendimento da demanda de vendas. O objetivo desses esforços é oferecer suporte ao crescimento da rede de lojas e otimizar a distribuição de coleções de acordo com as demandas de cada região do país. Esperam-se ainda ganhos de margens devido à redução dos casos de falta de produto nas lojas e da necessidade de remarcações e transferências, além de oferecer melhor estrutura para o recebimento de produtos importados.

Além do CD da capital do Rio de Janeiro, que entrou em operação em 2012, outros 2 centros integram o projeto de logística: um já em andamento em Santa Catarina e outro, futuramente, em São Paulo. Com essas 3 novas unidades, a Renner passará a ter cerca de 150 mil metros quadrados de área total construída com CDs totalmente automatizados. Em relação à gestão da distribuição de produtos, a principal mudança envolve a passagem do controle por grades (*packs* de cores e tamanhos) por itens individuais (SKUs). Completando





Renner

Gestão da continuidade dos negócios

TR3 | GRI G4-14 | G4-EC2 | Capital manufaturado

Com o objetivo de garantir a disponibilidade dos processos operacionais e a continuidade das atividades da Renner em situações emergenciais – como insuficiência energética e intempéries climáticas – que impossibilitem o acesso dos colaboradores aos escritórios, a empresa vem trabalhando na estruturação e aplicação do Plano de Continuidade do Negócio (PCN). A iniciativa partiu da análise de impacto por hora parada em cada processo, considerando despesas com pessoal e, em alguns casos, prejuízos no valor de imagem e multas de inadimplência.

Ao longo do ano, foram realizados 2 testes do PCN na sede administrativa: o 1º em junho, abrangendo 8 áreas críticas, e o 2º em novembro, contemplando 23 áreas. Os resultados foram positivos, inclusive com a identificação de oportunidades de melhoria para o próximo teste, previsto para 2014. O plano também foi divulgado internamente em *workshops* específicos, que contaram com a participação de mais de 100 colaboradores.

Outro importante movimento no ano foi a formalização do PCN para a Central de Crédito e Cobrança. Nos processos de tecnologia da informação, o ano foi marcado pela reestruturação do ambiente de recuperação de desastres da estrutura de *data center* e teve como foco principal a contingência das operações de venda em varejo e produtos financeiros. Em 2013, foram realizados dois testes, nos quais as lojas passaram um dia inteiro operando com o *data center* secundário.

esse novo modelo, o processo logístico passará para o sistema *push-pull* (que equilibra o que é enviado e o que é solicitado pelas lojas) em substituição à distribuição de 100% (produtos recebidos, manipulados e encaminhados à expedição sem passar pelo processo de estocagem).

Centro de Serviços Compartilhados

<IR> Capital manufaturado

Desde 2012, a Lojas Renner vem investindo no Centro de Serviços Compartilhados (CSC) para centralizar e padronizar todos os processos transacionais das unidades. Além de ganhos de escala e redução de custos, o CSC permite o aprimoramento dos controles internos e melhora a qualidade dos serviços prestados.

Em 2014, a Companhia continuará realizando migrações dos processos administrativos e de *back office* para o CSC. O principal objetivo é reduzir os processos de retaguarda das lojas para que os colaboradores possam focar as atividades *core* de suas áreas e ganhar eficiência de gestão tendo em vista o crescimento das operações previsto no plano estratégico da Companhia. O CSC é um dos pilares de sustentação do crescimento da Companhia.

Ativos intangíveis

TR2 | TR3 | GRI G4-EC2 | G4-EN31 | Capital intelectual

A gestão dos ativos intangíveis da Lojas Renner está ligada à prática cotidiana dos Valores e da Filosofia do Encantamento. Além disso, esses ativos envolvem aspectos herdados de seu fundador e fortalecidos ao longo de quase um século.

Valor da marca: a marca da Lojas Renner traduz o conceito de encantamento da Companhia e é reconhecida por ser cúmplice da mulher moderna, atenta às tendências de moda e transparente no relacionamento com todos os seus públicos. Em 2013, foi avaliada como a segunda marca mais valiosa do varejo brasileiro no *ranking* Best Retail Brands – Melhores Marcas Brasileiras de 2013, da consultoria Interbrand.

Reputação: a reputação da Lojas Renner é construída pela maneira como os diversos públicos a enxergam e avaliam sua forma de atuação. Ao longo de sua história, a Companhia tem apresentado consistência nos resultados aos acionistas e investido em campanhas de comunicação, programas de engajamento e relacionamento e iniciativas voltadas para a gestão da sustentabilidade que a fazem ser vista como uma organização com alta capacidade de inovação e que vende produtos de qualidade e seguros com responsabilidade ambiental e social.

Propriedade intelectual: a estratégia da Lojas Renner é colocar as pessoas certas nos lugares certos, apaixonadas pelo que fazem e reconhecendo o desempenho diferenciado. A Companhia busca, desde a seleção de novos talentos para seu quadro de profissionais, oferecer a todos oportunidades iguais para que possam crescer profissionalmente e ser recompensados de acordo com seus esforços e resultados alcançados, considerando sempre princípios e valores éticos. Outro esforço relevante da Lojas Renner – e reconhecido por seus colaboradores nas pesquisas de engajamento – é o investimento constante em treinamentos técnicos e gerenciais.

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

Fortalecidos ao longo dos anos, os ativos intangíveis são fruto da vivência cotidiana dos Valores e da Filosofia do Encantamento



Saiba mais no capítulo
Relacionamento com os
Públicos > Colaboradores.

Conduta ética e transparente

TRAA19 | DMA GRI G4-41 | G4-49 | G4-50 | G4-53 | G4-56 | G4-57 | G4-58 | G4-EC9 | G4-HR1 | G4-HR4 | G4-HR9 | G4-S02 | G4-S03 | G4-S07 | G4-S08 | Capital organizacional

Integrante desde 1967 do mercado de capitais, a Lojas Renner mantém seu relacionamento com o mercado de capitais norteado pelos princípios de transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). Com isso, o amadurecimento da gestão de riscos, a formalização de políticas, a atualização de diretrizes de conduta e o aprimoramento da estrutura de governança são exemplos da constante busca por aperfeiçoar as práticas de governança da Companhia.

PERCENTUAL DE COLABORADORES TREINADOS EM PROCEDIMENTOS ANTICORRUPÇÃO DA LOJAS RENNER*

	2013	2012	2011	
GESTORES (GERENTES E SUPERVISORES)	Código de Ética	84	80	62
	Prevenção de perdas	80	73	57
	Prevenção à lavagem de dinheiro	75	69	39

	2013	2012	2011	
NÃO GESTORES (DEMAIS COLABORADORES)	Código de Ética	82	78	74
	Prevenção de perdas	68	54	54
	Prevenção à lavagem de dinheiro	40	35	31

* Treinamentos de reciclagem ministrados on-line. Todos os temas são abordados no programa de integração.

Principais práticas de governança corporativa

- Novo Mercado
- Cem por cento de *free float*
- Maioria de conselheiros independentes (75%)
- Comitês do Conselho de Administração
- Comitês de Gestão
- Diferentes executivos nas posições de presidente do Conselho e da Diretoria
- Conselho Fiscal Permanente
- Manual para Participação em Assembleias
- Plano de Opções de Compra de Ações
- Regimento interno para Conselhos e Comitês
- Avaliação formal do Conselho de Administração
- Secretários para Conselhos e Comitês
- Portal do Conselho de Administração
- Canal de Denúncias
- Auditoria Interna

Código de Ética e Conduta

TRAA19 | GRI G4-41 | G4-42 | G4-56 | G4-HR7 | Capital organizacional

O Código de Ética e Conduta, criado em 2009, foi revisado em 2013 para contemplar todas as operações da Companhia. A unificação dessas normas e diretrizes de postura no relacionamento com colaboradores, fornecedores e prestadores de serviços, clientes, governo, acionistas e comunidade contribui para o fortalecimento da gestão responsável da Lojas Renner.

Para garantir a coerência do discurso institucional em toda a cadeia produtiva, a postura ética também é cobrada nos contratos com fornecedores e prestadores de serviços. Nos critérios de seleção de fornecedores, a Lojas Renner não mantém relacionamento com empresas que utilizam mãos de obra infantil e/ou escrava ou que não respeitem as leis trabalhistas do país.

A divulgação do Código envolve uma série de ações coordenadas. Todos os novos colaboradores conhecem o documento ao participar do Programa Boas-Vindas em sua integração à Companhia. A publicação fica disponível na intranet, onde também deve ser realizado o curso virtual sobre o tema, que é premissa para a participação em qualquer outro treinamento oferecido pela Lojas Renner. Além disso, todos os líderes receberam, em 2013, uma cópia impressa do novo Código.

A Companhia promove *workshops* anuais que envolvem a liderança para comunicar a importância da ética na condução dos negócios e as técnicas para inibir práticas de corrupção. Todas as operações são submetidas a avaliações de risco e são monitoradas para que sejam evitados casos de corrupção, fraudes, furtos, quebra de confiança e conflitos de interesse.

Em 2014, a Renner pretende internalizar parte das inspeções de qualidade, que atualmente são realizadas por empresa terceirizada na China, com o objetivo de reduzir o risco de ocorrência de atitudes que desrespeitam o seu Código de Ética e Conduta. Para isso, a empresa está implementando um escritório próprio nesse país, que fará inspeções de qualidade em fornecedores localizados a até 200 km de Xangai.

O Código de Ética e Conduta corporativo fortalece a postura responsável da Companhia em todas as suas operações

Canal para denúncias e manifestações TRAA19 | GRI G4-41 | G4-49 | G4-50 | G4-53 | G4-57 | G4-58

O compromisso com a transparência e o respeito a todos os públicos levaram à criação de canais específicos para denúncias relacionadas a não conformidades éticas, legais, contábeis e não contábeis (saiba os meios para contato abaixo). Qualquer pessoa pode fazer uma denúncia anônima por telefone, correspondência ou e-mail com garantia de confidencialidade.



Lojas Renner S.A.

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

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



denuncia@lojasrenner.com.br
denuncia@camicado.com.br



Assuntos não contábeis:

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

Assuntos contábeis:

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



Renner



Saiba mais no capítulo
Relacionamento com os
Públicos > Fornecedores.



MARFINNO

Gestão de riscos

TR3 | TR7 | GRI G4-35 | G4-36 | G4-45 | G4-46 | G4-47 | G4-56 | Capital organizacional

A Lojas Renner gerencia seus riscos de acordo com as melhores práticas nacionais e internacionais por meio de um processo contínuo de avaliações que permeia toda a organização. Uma estrutura multidisciplinar, que inclui as áreas de auditoria interna, prevenção de perdas e *compliance*, auxilia na avaliação e na melhoria da eficiência e eficácia desses processos de gestão de riscos e atua diretamente com o Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos, o qual é ligado ao Conselho de Administração (saiba mais no capítulo Governança Corporativa). Adicionalmente, a Companhia contrata serviços de auditoria externa.

Em situações de crise, uma equipe formada por representantes de diversas áreas é acionada para a resolução dos problemas em acordo com o Manual de Comunicação em Situações de Crise. Cabe a esse grupo também identificar a necessidade de acionar o Plano de Contingência no âmbito do Plano de Continuidade de Negócios.

Políticas e diretrizes <IR> Capital organizacional

As políticas e diretrizes da Companhia garantem uma cultura de transparência e são referência para a gestão dos negócios. Além do Código de Ética e Conduta, que orienta a atuação ética e sustentável da Companhia, outros documentos merecem destaque:

Política de Disclosure: define a postura de relacionamento no mercado de capitais e garante a divulgação de informações de forma igualitária a todos os acionistas.

Política de Divulgação do Fato Relevante: assegura que todos os assuntos capazes de afetar significativamente os negócios sejam comunicados de forma rápida e clara ao mercado.

Cláusula de Arbitragem: prevista no Estatuto da Lojas Renner, a adoção desse mecanismo oferece mais segurança aos acionistas, pois a utilização de Câmaras de Arbitragem promove mais agilidade na resolução de conflitos.

Política de Gestão Financeira: estabelece e formaliza as diretrizes financeiras da Companhia visando à proteção dos resultados e do patrimônio corporativos.

Política de Governança, Riscos e Compliance: em processo de aprovação para possível publicação em 2014, está alinhada à Lei Anticorrupção (Lei nº 12.846/2013). O documento formaliza o modelo adotado pela Lojas Renner, que determina o mapeamento de oportunidades e riscos como ferramenta contínua de avaliação para apoiar a tomada de decisão, além de ser um condensador das políticas internas não publicadas.

Política de Segurança da Informação: atualizada em 2013, define diretrizes para a preservação da segurança das informações da Companhia, envolvendo aspectos como confidencialidade, integridade e disponibilidade das informações. Considerada interna, essa política não está disponível para consulta.

Política de Sustentabilidade: formalizada em 2013, define o posicionamento institucional no tema, fornece diretrizes para iniciativas que disseminem esse valor no dia a dia e reforça o compromisso com o desenvolvimento sustentável.

Política de Relacionamento com Fornecedores de Revenda: define limites e critérios para a seleção e a contratação dos fornecedores. Além de minimizar riscos, a política reforça o compromisso com a transparência e a responsabilidade social.

Política de Relacionamento com Fornecedores Administrativos: lançada em julho de 2013, determina diretrizes básicas de funcionamento e responsabilidades da área de Gestão de Fornecedores Administrativos (GFA). Considerada interna, essa política não está disponível para consulta.

Política de Auditoria: documenta o modelo de auditorias interna e externa, com prestação de contas diretamente ao Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos. Esse documento não é divulgado publicamente.



Esses e os demais documentos passíveis de divulgação, incluindo estatutos, regimentos e diretrizes, estão disponíveis para consulta no site www.lojasrenner.com.br/ri.



Camicado



Camicado

Riscos para o negócio

TR3 | GRI G4-46 | G4-47

Riscos estratégicos

O sucesso da Companhia depende da localização de suas lojas em locais de destaque e com alto fluxo de pessoas. Por isso, aproximadamente 94% das lojas estão localizadas em *shopping centers*.

Um dos desafios para os próximos anos é o aprimoramento da gestão de riscos socioambientais, com a possibilidade de realizar um estudo aprofundado sobre o tema. Atualmente, a Renner desenvolve suas coleções alinhadas a *clusters* de lojas por clima e avalia o impacto de variações no clima sobre as vendas. Entre os meses de março e agosto, as equipes acompanham as previsões meteorológicas para avaliar possíveis remarcações. Entre os principais riscos climáticos já identificados destacam-se: temperaturas extremas, excesso de chuvas e períodos de seca.

Riscos operacionais

Os sistemas de informação são fundamentais para a operação dos negócios. O *data center* e outros sistemas – como os de ponto de venda em lojas, de crédito, de logística, de comunicação e de gestão de estoques e de indicadores comerciais – devem prover funcionalidades adequadas e disponibilidade, integridade e estabilidade operacional constantes.

Se esse suporte tecnológico não for eficaz, a Companhia pode ter dificuldade em gerenciar transações, contabilizar receitas e despesas ou obter relatórios gerenciais. Por isso, ao longo dos últimos anos, a Lojas Renner promoveu melhorias nos sistemas existentes e implantou novos, além de investir na atualização e na aquisição de equipamentos de tecnologia da informação.



Camicado

Riscos de mercado

Aspectos macroeconômicos, como o poder de compra dos consumidores e ciclos desfavoráveis, podem afetar as receitas da Lojas Renner. Por isso, é preciso estar atento aos impactos que podem ser afetados por mudanças na taxa de juros, na inflação, na taxa de câmbio, na disponibilidade de crédito e no nível de confiança do consumidor – agindo rapidamente em processos, custos e despesas.

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

Gestão de crises de imagem GRI G4-2

Situações de crise trazem consigo significativos riscos de imagem e reputação, conflitos com públicos de interesse, falta de alinhamento entre discurso e prática, prejuízo financeiro, desvalorização do patrimônio e demandas judiciais indenizatórias. Para prevenir e responder de forma coerente e ordenada a essas condições, a Lojas Renner conta com o Manual de Comunicação em Situações de Crise.

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



Para saber mais sobre esse tema, acesse o Formulário de Referência em www.lojasrenner.com.br/ri.



Desempenho da Companhia

<IR> Capital financeiro

TRAA1 | TR3 | DMA GRI G4-4 | G4-6 | G4-7 | G4-8 | G4-17 | G4-EC2

O setor varejista de moda no Brasil vem crescendo a passos largos nos últimos anos devido ao aumento de receita dos consumidores, à baixa taxa de desemprego e ao maior acesso ao crédito.

Tradicionalmente pulverizado, esse mercado é caracterizado pelas pequenas lojas e grandes redes varejistas, sendo que cinco dessas redes concentram 16% de *market share*, conforme estimativas da Companhia. Entre outros aspectos comuns ao varejo de moda brasileiro estão a informalidade de pequenas oficinas e as importações de produtos diversos (especialmente da China).

Nesse contexto, a Lojas Renner se posiciona como uma companhia nacional diversificada, inovadora e encantadora. Presente em todas as regiões, vem aumentando seu portfólio de negócios e ampliando sua atuação em mercados estratégicos.



Veja a distribuição da Lojas Renner pelo Brasil no mapa da página 11.

Renner

TRA4 | GRI G4-4 | G4-6 | G4-7 | G4-8 |
Capital financeiro | Capital manufaturado

Mais do que relevante e tradicional varejista do mercado brasileiro, a Renner é cúmplice da mulher moderna e oferece moda de qualidade a preços competitivos para pessoas de diferentes idades e estilos. Aproximadamente 94% de suas lojas estão localizadas em *shopping centers* e as lojas de rua estão em áreas centrais urbanas, tudo com fácil acesso para garantir comodidade aos clientes.

Ao assinar as campanhas publicitárias com o slogan “Você tem seu estilo, a Renner tem todos”, a marca ficou conhecida pela *expertise* de traduzir tendências de moda para todos os estilos, idades e ocasiões. Além de peças licenciadas e produtos importados, a Renner conta com 19 marcas próprias, 6 delas dentro do conceito de *lifestyles*, que representam estilos de vida.

Uma equipe interna com profissionais especializados é responsável por acompanhar as principais tendências da moda e de comportamento, nacionais e internacionais. A partir daí, essas tendências são traduzidas para o diversificado mercado brasileiro, adequando-as a cada *lifestyle*, o que leva à criação de temas e cartelas de cores. Tudo é passado para os fornecedores, que fabricam as coleções respeitando a demanda e as preferências de cada região.

Quatro grandes coleções são lançadas anualmente, uma para cada estação do ano, e mais duas intermediárias, em janeiro e julho. A principal finalidade é interpretar e produzir com segurança e criatividade as peças com as quais o Brasil e as brasileiras mais se identificam por meio de coleções democráticas e exclusivas para os mais diversos estilos.



Uma equipe interna com profissionais especializados é responsável por traduzir as principais tendências de moda para os diversos estilos de vida



VANTAGENS DO LIFESTYLE RENNER...

PARA OS CLIENTES

FACILIDADE NA ESCOLHA DAS PEÇAS | MELHOR APROVEITAMENTO DO TEMPO DE COMPRA | LOJA COM PRODUTOS PARA TODA A FAMÍLIA | DISPONIBILIDADE DE CALÇADOS E ACESSÓRIOS PARA COMPLEMENTAR CADA ESTILO

PARA A COMPANHIA

AUMENTO DAS OPORTUNIDADES DE VENDAS CRUZADAS | MAIOR GIRO DE ESTOQUES, SEM SOBREPOSIÇÃO DE MERCADORIAS | MENOR NECESSIDADE DE REDUÇÃO DE PREÇOS | OPORTUNIDADES PARA AUMENTOS DE MARGENS

PREVIEW RENNER



Lifestyles Renner

B

BLUESTEEL



veja look na pág. 55

veja look na pág. 50

MARFINNO



veja look na pág. 36

veja look na pág. 29

cortelle



veja look na pág. 13

PRESTON FIELD



veja look na pág. 83

just be



veja look na pág. 72

REQUEST



veja look na pág. 16

Nas lojas, os produtos são os principais protagonistas. Em um ambiente amplo e de fácil circulação, a exposição coordenada de roupas, calçados e acessórios reflete diferentes atitudes, interesses e personalidades. Para o cliente, esse tipo de abordagem facilita a escolha, otimiza seu tempo de compra e oferece *looks* completos para todos os estilos e idades. Já a empresa beneficia-se por maior giro de estoque, aumento de margens, menor necessidade de remarcação de preços e aumento das oportunidades de venda cruzada.

No segmento de beleza, os itens da linha Alchemia Bio são formulados com ativos naturais e planejados com base no conceito da sustentabilidade de ponta a ponta. Os produtos são biodegradáveis, não contêm derivados de petróleo e vêm em embalagens produzidas com papel certificado pelo Forest Stewardship Council (FSC). Para promover o uso e o descarte conscientes, a linha tem papel central no Programa EcoEstilo.

Conheça-o no capítulo
Relacionamento com os
Públicos > Meio Ambiente.



Saiba mais em
www.lojasrenner.com.br



Vantagens competitivas da Renner

Coleções completas de vestuário

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

Experiência de compra agradável

e conveniente: produtos organizados nas lojas de acordo com cada *lifestyle* estimulam as vendas, pois tornam a compra mais agradável e auxiliam o cliente a compor uma combinação coerente com seu estilo.

Foco dedicado ao atendimento do cliente:

mais que satisfazer os clientes, o trabalho da Renner tem sempre o objetivo de oferecer uma experiência de compras capaz de surpreendê-los e encantá-los.

Cultura corporativa sólida:

princípios e Valores são divulgados em todos os documentos de comunicação institucional e fortalecidos por meio de uma forte Política de Recursos Humanos focada em captar e reter colaboradores talentosos e comprometidos.

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



O *mix* de produtos da Camicado leva tendência, estilo e bom gosto para dentro das casas brasileiras



Veja a distribuição das lojas Camicado pelo Brasil no mapa da página 11.

Camicado

TRA4 | GRI G4-4 | G4-6 | G4-7 | G4-8 |

Capital financeiro | Capital manufaturado

Reforçando o papel de cúmplice que a Companhia assume com a mulher moderna, a Camicado, adquirida em maio de 2011, oferece um *mix* completo de produtos de moda para casa e decoração. É a maior rede de lojas especializadas do segmento e completa o pacote de produtos e serviços oferecido pela Renner, encantando os clientes da Companhia.

Com 46 lojas nas regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste e um centro de distribuição (CD) localizado em São Paulo, a Camicado é a maior operadora brasileira no mercado de casa e decoração.

A experiência adquirida pela Renner nos anos em que atuou (até 2003) nos segmentos de cama, mesa e banho, utensílios domésticos e decoração é muito importante para a execução do plano previsto para a Camicado. Para 2014 estão previstas de 6 a 10 inaugurações, com intenção de chegar a 125 lojas até 2021.



Saiba mais em
www.camicado.com.br



Youcom

TRA4 | GRI G4-4 | G4-6 | G4-7 | G4-8 |
Capital financeiro | Capital manufaturado

Atitude e originalidade definem o *lifestyle* da Youcom, empresa independente criada em 2013 e que já conta com 15 lojas nos estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. Conectada a moda, música, arte, tecnologia e tudo o que faz parte do universo jovem, a Youcom foi criada com base em estudos de mercado e tendências a fim de entender o gosto e os interesses desse público para sempre surpreendê-los com novidades.

Os principais canais de comunicação com esse público são as próprias lojas, os perfis ativos nas redes sociais e o site, no qual os clientes podem acessar *lookbooks* com novidades das coleções e acompanhar o *blog* sobre moda, atitude jovem, cultura e comportamento. Tanto no site quanto nas lojas, os internautas e clientes sentem o espírito da marca pela Rádio Youcom.

Além da boa música, o ambiente das lojas oferece uma experiência de compra inteligente, rápida e confortável. Semanalmente, novas peças de vestuário e novos acessórios e calçados são recebidos. Tudo desenvolvido por uma equipe de *designers* exclusiva que acompanha as tendências nacionais e mundiais para desenhar *looks* cheios de atitude, com qualidade e preços acessíveis.



Veja a distribuição das lojas YouCom pelo Brasil no mapa da página 11.



Na Youcom, a moda tem atitude!

Saiba mais em
www.youcom.com.br





Saiba mais em
www.lojasrenner.com.br

E-commerce

TRA4 | GRI G4-4 | G4-6 | G4-8 |
Capital financeiro | Capital manufaturado

A Renner comercializa, por meio de seu website, uma grande variedade de produtos encontrada nas lojas físicas, com possibilidade de troca, pagamentos com uso de cartões e acompanhamento dos pedidos, além de descontos e condições especiais de preços e fretes para entregas em território nacional.

As operações on-line da Renner acompanham o crescimento do *e-commerce* no Brasil. Em 2013, as vendas atingiram R\$ 34,5 milhões, com incremento de 59,0% sobre o ano anterior e margem bruta de 51,2%, ante 49,4% do mesmo período de 2012. Em 2014, a Companhia espera atingir o *break-even* das operações do *e-commerce* Renner em termos de EBITDA.

No último ano, a plataforma Renner foi reformulada. Entre os investimentos destaca-se a constante preocupação da Companhia em garantir a segurança e a privacidade das informações passadas pelos clientes e encaminhadas aos servidores de armazenamento. Além disso, a plataforma ganhou *layout* moderno, que facilita a usabilidade.



B
BLUESTEEL



Saiba mais em
www.clubedevantagensrenner.com.br

Produtos financeiros

<IR> Capital manufaturado | Capital financeiro

Os produtos e serviços financeiros são oferecidos aos clientes nos espaços Realize Soluções Financeiras dentro das lojas da Renner. Ainda que não constituam o foco principal de atuação da Companhia, são importantes ferramentas de alavancagem do varejo, além de trazerem contribuição adicional aos resultados.

Há 40 anos, o Cartão Renner é uma das principais ferramentas para fidelizar clientes e aumentar o fluxo nas lojas. O cartão oferece modalidades de crédito atrativas, como parcelamento em até 5 vezes sem juros ou em 8 vezes fixas com juros; 10 vezes sem juros e pagamento após 30 dias. Em 2012, a Companhia iniciou um processo de revitalização do Cartão Renner. Entre as novidades, destaca-se o lançamento do Clube de Vantagens Renner, como referência em programa de relacionamento para o segmento de cartões.

O compromisso da Companhia de facilitar a vida de seus clientes e encantá-los com soluções práticas e fáceis levou à criação, em 2010, do Meu Cartão. Trata-se de um cartão *co-branded* em parceria com as bandeiras Mastercard e Visa, que pode ser usado em qualquer estabelecimento que aceite cartões de crédito, da rede da Companhia ou não, e é possível escolher entre fatura ou carnê como forma de pagamento. Além disso, por meio do Clube de Vantagens Meu Cartão, os clientes têm descontos exclusivos nas empresas parceiras.

Empréstimos pessoais: desde 2006, a Companhia oferece empréstimos pessoais por meio da marca Realize Soluções Financeiras para permitir a realização de pequenos sonhos. O serviço é concedido pela Financeira Alfa S.A., e a Renner Administradora de Cartões de Crédito Ltda. atua como correspondente não bancário.

Seguros: por meio da parceria com a Porto Seguro Cia. de Seguros Gerais, a Lojas Renner S.A. passou a comercializar produtos de seguros específicos às necessidades de cada cliente. Os seguros são ofertados nas seguintes modalidades: Seguro Compra Garantida, Seguro Desemprego, Empréstimo Pessoal e Seguro Perda e Roubo. Além de tranquilidade e proteção, os seguros oferecem sorteios que vão de R\$ 3 mil a R\$ 10 mil todo mês.

Saiba mais em
www.realizesolucoesfinanceiras.com.br e
www.lojasrenner.com.br



Análise econômica e financeira TRAA1 | DMA GRI G4-2 | G4-EC1 | G4-EC2 | Capital financeiro

A Lojas Renner encerrou 2013 com crescimento de 13,1% em suas vendas, totalizando R\$ 3.913,8 milhões. A combinação de um cenário macroeconômico de baixo crescimento (o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro cresceu 2,3%, abaixo da meta estabelecida) com a realização da Copa das Confederações e as diversas manifestações nas ruas em junho afetou o setor varejista de forma generalizada. Além disso, o inverno menos frio nas regiões mais importantes para os negócios impactou as margens e os preços das coleções.

Principais indicadores TRAA1 | GRI G4-2 | G4-EC1 | G4-EC2 | Capital financeiro

PRINCIPAIS INDICADORES (R\$ MIL) – CONSOLIDADO	2013*	2012	2011
Receita operacional líquida total	4.370.328	3.862.508	3.238.543
Receita líquida das vendas de mercadorias	3.913.809	3.461.960	2.896.617
Receita líquida de produtos financeiros	456.519	400.548	341.926
Lucro bruto total	2.502.744	2.228.262	1.842.414
Lucro bruto da operação de varejo	2.063.002	1.845.548	1.521.372
Lucro operacional após o resultado financeiro	582.714	508.820	475.393
Lucro líquido do exercício	407.404	355.401	336.907
Quantidade de ações no fim do exercício	125.895	124.170	122.821
EBITDA ajustado ao varejo	663.277	565.591	467.553
EBITDA ajustado total	837.131	714.449	592.626

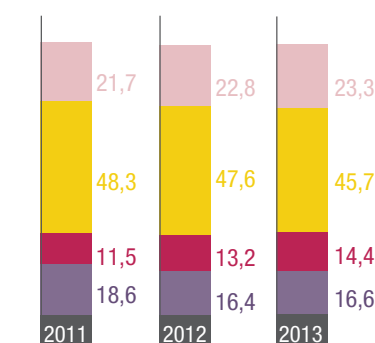
* Inclui Camicado em 2013.

INDICADORES OPERACIONAIS – RENNER	2013	2012	2011
Número de lojas	217	192	167
Área de vendas (mil m²)	411,1	361,3	318,0
Área média por loja (mil m²)	1,9	2,0	2,0
Crescimento nas mesmas lojas (%)	5,8	8,8	7,2
Número de cartões no fim do período (milhões)	22,5	20,8	19,0
Número de cartões emitidos no período (mil)	1.735,9	1.739,0	1.904,0
Participação em vendas do Cartão Renner (%)	51,4	52,1	54,7
Participação em 0+5 vezes (%)	39,5	40,2	42,8
Participação em 0+8 vezes (%)	11,9	11,9	11,9
Participação em vendas à vista (%)	25,4	24,9	23,8
Participação em vendas com cartões de crédito (%)	23,2	23,0	21,5
Ticket médio do Cartão Renner (R\$)	163,68	154,95	145,53
Ticket médio da Renner (R\$)	117,31	111,90	105,01
Carteira Empréstimo Pessoal (R\$ milhões)	129,7	112,3	105,3
Carteira Empréstimo Pessoal (valor presente – R\$ milhões)	94,6	82,4	77,4

Análise de Demonstrações de Valor Adicionado TRAA1 | GRI G4-EC1 | Capital financeiro

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO (DVA – R\$ MIL)	2013	2012	2011
(+) Receitas	5.580.765	4.906.273	4.104.227
Venda de mercadorias	5.223.008	4.584.540	3.844.644
Produtos e serviços financeiros	482.522	415.455	354.461
Outros resultados operacionais	18.245	32.643	15.210
Perdas em crédito, líquidas	(142.489)	(126.080)	(109.427)
Resultado da baixa de ativos fixos, líquido	(521)	(285)	(661)
(-) Insumos adquiridos de terceiros	(3.016.984)	(2.651.673)	(2.243.242)
Custo das vendas (incluindo impostos) e serviços	(2.231.429)	(1.995.044)	(1.682.143)
Energia, serviços de terceiros e outras despesas	(746.247)	(646.057)	(539.498)
Perda na realização de ativos	(39.308)	(10.572)	(21.601)
(=) Valor adicionado bruto	2.563.781	2.254.600	1.860.985
(-) Retenções	(167.437)	(132.949)	(97.637)
Depreciações e amortizações	(167.437)	(132.949)	(97.637)
(=) Valor adicionado líquido produzido pela entidade	2.396.344	2.121.651	1.763.348
(+) Valor adicionado recebido em transferência	52.345	38.985	50.299
Resultado de equivalência patrimonial	-	-	-
Receitas financeiras	52.345	38.985	50.299
(=) Valor adicionado total a distribuir	2.448.689	2.160.636	1.813.647
(=) Distribuição do valor adicionado	2.448.689	2.160.636	1.813.647
Despesas com pessoal	569.777	492.660	392.686
Remuneração direta e benefícios	549.135	469.603	368.499
Plano de opção de compra de ações	13.139	16.126	18.073
Remuneração dos administradores	7.503	6.931	6.114
Impostos, taxas e contribuições	1.118.066	1.027.620	875.114
Tributos federais	485.209	489.653	402.612
Tributos estaduais	606.576	516.256	453.079
Tributos municipais	26.281	21.711	19.423
Remuneração de capitais de terceiros	353.442	284.955	208.940
Despesas financeiras	120.069	89.415	47.539
Despesas com aluguéis	233.373	195.540	161.401
Remuneração de capitais próprios	407.404	355.401	336.907
Juros sobre Capital Próprio e dividendos propostos	104.455	99.597	94.404
Lucros retidos para investimento e expansão	244.442	88.850	84.227
Dividendo adicional proposto	58.507	166.954	158.276

Distribuição do valor adicionado (%)

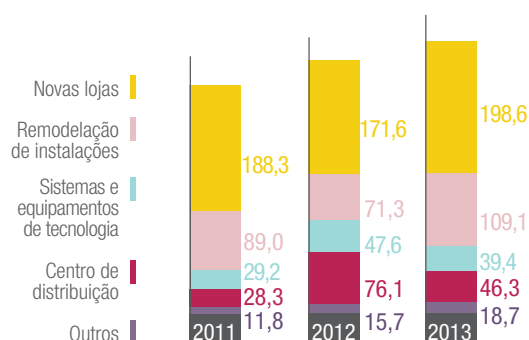


■ Remuneração de capitais próprios
■ Remuneração de capitais de terceiros
■ Impostos, taxas e contribuições
■ Despesas com pessoal

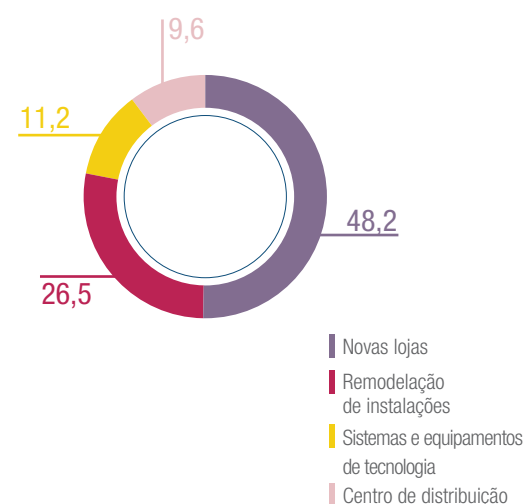
Investimentos TRAA1 | TR3 | DMA GRI G4-EC2 | G4-EC4 | G4-EN31 | Capital financeiro

Em linha com seu planejamento de longo prazo, a Companhia investiu R\$ 412,1 milhões em 2013, direcionados a importantes projetos. Entre eles estão a abertura de 46 novas lojas – 29 Renner, 11 Youcom e 6 Camicado – e a reforma e atualização de outras 14 lojas.

Abertura dos investimentos (R\$ milhões)



Distribuição dos investimentos em 2013 (%)

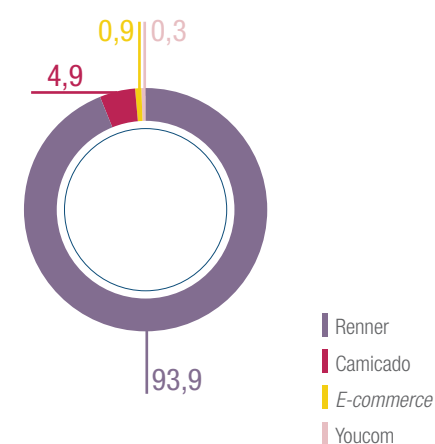


Desempenho financeiro

TRAA1 | GRI G4-9 | Capital financeiro

Receita líquida das vendas de mercadorias | Totalizou R\$ 3.913,8 milhões, com crescimento de 13,1% devido à combinação de iniciativas operacionais adotadas no ano e à boa aceitação das coleções, além das mudanças no *mix* de produtos da Camicado.

Composição da receita líquida 2013 (%)



DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA – MÉTODO INDIRETO (R\$ MIL)*

	2013	2012
Lucro líquido do exercício	407.404	355.401
Ajustes para conciliar o resultado com o caixa e equivalentes de caixa gerados pelas atividades operacionais		
Depreciações e amortizações	167.437	132.949
Resultado nas operações de venda ou baixa dos ativos fixos, líquido	2.628	1.118
Custos com transações de debêntures	912	638
Despesa de juros sobre empréstimos, debêntures e arrendamento	83.429	52.776
Plano de opção de compra de ações	13.139	16.126
Resultado de equivalência patrimonial	-	-
Provisões para riscos tributários, cíveis e trabalhistas	(16.114)	28.241
Imposto de renda e contribuição social	175.310	153.419
(Ganho) perda com derivativo	(3.738)	5.622
Variação cambial, líquida	(2.198)	(1.720)
Provisão para ajuste ao valor líquido realizável	3.881	(7.939)
Provisões para perdas em ativos	12.285	4.936
	844.375	741.567
Variações nos ativos e passivos		
Aumento no contas a receber de clientes	(305.471)	(274.085)
Aumento nos estoques	(55.873)	(57.155)
Ganhos (perdas) não realizados com derivativo	8.421	(4.365)
Aumento em outros ativos	(41.217)	(34.338)
Aumento nos depósitos judiciais	(152)	(832)
Aumento em financiamentos – operações de serviços financeiros	59.395	84.061
(Redução) aumento em financiamentos das importações	(2.982)	68.490
Aumento em fornecedores	17.046	39.180
Aumento em salários e férias a pagar	7.884	32.492
Redução em impostos e contribuições a recolher	(36.183)	(8.738)
Aumento em outras obrigações	99.168	43.214
Aumento (redução) em aluguéis a pagar	3.002	6.710
Aumento em obrigações estatutárias	5.588	2.747
Caixa gerado pelas atividades operacionais	603.001	638.947
Pagamento de imposto de renda e contribuição social	(168.366)	(155.069)
Pagamento de juros sobre empréstimos, financiamentos e debêntures	(53.426)	(45.243)
Caixa líquido gerado pelas atividades operacionais	381.209	438.636



DEMONSTRAÇÃO DO FLUXO DE CAIXA – MÉTODO INDIRETO (R\$ MIL)*	2013	2012
Fluxos de caixa das atividades de investimentos		
Aquisições de imobilizado	(342.987)	(316.860)
Aquisições de intangível	(69.134)	(65.431)
Recebimentos por vendas de ativos fixos	182	71
Caixa líquido aplicado nas atividades de investimentos	(411.939)	(382.220)
Fluxos de caixa das atividades de financiamentos		
Empréstimos tomados	37.513	75.173
Valor recebido pela emissão de debêntures	400.000	300.000
Pagamento de custos de estruturação de debêntures	(991)	(2.023)
Aumento de capital social	32.878	39.912
Amortização de empréstimos e financiamentos	(49.564)	(98.504)
Contraprestação de arrendamento mercantil financeiro	(8.831)	(20.887)
Juros sobre Capital Próprio e dividendos pagos	(261.953)	(245.081)
Caixa líquido gerado pelas atividades de financiamentos	149.052	48.590
Aumento no caixa e equivalentes de caixa	118.322	105.006
Caixa e equivalentes de caixa no início do exercício	683.270	578.264
Caixa e equivalentes de caixa no fim do exercício	801.592	683.270

* Não foi possível incluir o histórico de 2011 devido a reclassificações nas contas de fluxo de caixa.

Lucro bruto da operação de varejo: registrou aumento de 11,8% ante 2012, alcançando R\$ 2.063,0 milhões. Isso levou à margem bruta da operação de varejo de 52,7%, 0,6 ponto percentual inferior à margem obtida no ano anterior devido à mudança na contribuição previdenciária sobre o faturamento. Excluindo-se esse efeito, a margem teria permanecido estável, mesmo com as menores margens praticadas na Camicado, as maiores perdas de inventário reconhecidas no 1T13 e a maior remarcação na coleção devido à chegada tardia do inverno.

Despesas operacionais: apesar do aumento de 11,2% no valor absoluto das despesas operacionais, totalizando R\$ 1.360,3 milhões, a participação delas sobre a receita líquida foi

0,5 ponto percentual menor do que em 2012. Esse resultado está ligado aos esforços de racionalização e controle de custos e à incorporação de novos itens à estrutura de gastos, como o novo CD e as novas lojas Youcom.

EBITDA ajustado do varejo: o crescimento da receita acima do aumento nos custos totais levou a um EBITDA ajustado do varejo de R\$ 663,3 milhões em 2013, 17,3% superior ao registrado no ano anterior. Com isso, a margem EBITDA ajustada do varejo passou de 16,3% em 2012 para 16,9% em 2013. No ano, alguns eventos não recorrentes impactaram positivamente o resultado, porém, mesmo os excluindo, a margem teria se mantido estável.

Resultado de produtos financeiros: o resultado de R\$ 173,8 milhões representa uma evolução positiva de 16,8% em relação a 2012. Os Cartões Renner emitidos somavam 22,5 milhões de unidades no fim do ano, com participação de 51,4% nas vendas de mercadorias e *ticket* médio de R\$ 163,68 ante R\$ 154,95 em 2012. Já o Meu Cartão contava com 1,5 milhão de cartões emitidos, com carteira de R\$ 175,3 milhões no fim de 2013. A inadimplência manteve sua trajetória em patamares mínimos, 0,2 ponto percentual menor do que em 2012, graças a uma série de iniciativas para o controle das perdas e dos ganhos de eficiência em concessão, cobrança e recuperação de crédito. A carteira total de empréstimos atingiu R\$ 129,7 milhões em dezembro ante R\$ 112,3 milhões em 2012. As despesas operacionais tiveram aumento de 14,5% em consequência de despesas atreladas ao cartão *co-branded*, do maior número de lojas no Realize Soluções e das atividades de cobrança.

ABERTURA DO RESULTADO DE PRODUTOS FINANCEIROS (R\$ MILHÕES)	2013	2012	2011
Receitas líquidas do <i>funding</i> e de impostos	439,7	382,7	321,0
Vendas sem encargos (0+5)	107,8	91,6	79,6
Vendas financiadas em 0+8 parcelas com encargos	192,7	171,3	150,5
Cartão <i>co-branded</i> Meu Cartão	54,4	34,4	7,0
Empréstimos pessoais e outros produtos financeiros	84,8	85,4	83,9
Perdas em créditos, líquidas das recuperações	(142,5)	(126,1)	(109,4)
Vendas sem encargos (0+5)	(30,7)	(32,0)	(28,3)
Vendas financiadas em 0+8 parcelas com encargos	(65,9)	(59,9)	(54,0)
Cartão <i>co-branded</i> Meu Cartão	(23,9)	(15,5)	(2,7)
Empréstimos pessoais e outros produtos financeiros	(22,0)	(18,7)	(24,4)
Despesas operacionais (Cartão Renner e produtos financeiros)	(123,4)	(107,7)	(86,5)
Resultado de produtos financeiros	173,8	148,9	125,1
Percentual sobre o EBITDA ajustado total da Companhia	20,8	20,8	21,1

O resultado de produtos financeiros foi de R\$ 173,8 milhões, crescimento de 16,8% em relação a 2012

EBITDA ajustado total da Companhia: o crescimento de 17,2% levou ao montante de R\$ 837,1 milhões, equivalente a uma margem EBITDA ajustada total da Companhia de 21,4%, 0,8 ponto percentual acima daquela obtida em 2012. Contribuíram para esse resultado a melhora das vendas a partir de julho, o rígido controle das despesas e os bons resultados em Produtos Financeiros.

RECONCILIAÇÃO DO EBITDA TOTAL (R\$ MILHÕES)	2013	2012	2011
Lucro líquido	407,4	355,4	336,9
(+) IR, CSLL	175,3	153,4	138,5
(+) Resultado financeiro líquido	67,7	50,4	(2,8)
(+) Depreciações e amortizações	167,4	133,0	97,6
EBITDA total	817,8	692,2	570,2
(+) Plano de Opção de Compra de Ações	13,1	16,1	18,1
(+) Participações estatutárias	5,6	5,8	3,6
(+) Resultado da baixa de ativos fixos	0,6	0,3	0,7
EBITDA ajustado total	837,1	714,4	592,6
Margem EBITDA total (%)	20,9	20,0	19,7
Margem EBITDA ajustada total (%)	21,4	20,6	20,5

Resultado financeiro líquido: o desempenho financeiro resultou em despesa líquida de R\$ 67,7 milhões, enquanto em 2012 obteve-se despesa líquida de R\$ 50,4 milhões. A receita financeira contribuiu para esse resultado com um crescimento de 34,3%, totalizando R\$ 52,3 milhões, pelo maior nível de caixa operado e pelos maiores rendimentos obtidos com o aumento da taxa Selic ao longo do ano. Já as despesas financeiras somaram R\$ 120,0 milhões, ante R\$ 89,4 milhões em 2012, justificado pelas variações cambiais e pela emissão de R\$ 400 milhões em debêntures no ano.

Endividamento e disponibilidades líquidas: a Lojas Renner realizou, em agosto, sua sexta emissão pública de debêntures simples, não conversíveis em ações e com *rating* AA+.br atribuído pela Standard & Poor's. Essa emissão de R\$ 400 milhões, somada às emissões de 2011 e 2012, formam a nova base da estrutura de capital da Companhia. Esses recursos serão direcionados para o crescimento orgânico das operações pela abertura e reforma de lojas, instalação de CDs e composição do capital de giro. No fim do período, foi registrado endividamento líquido de R\$ 258,7 milhões ante R\$ 38,6 milhões de disponibilidades líquidas no fim de 2012.

Lucro líquido: a Companhia obteve lucro líquido de R\$ 407,4 milhões e margem líquida de 10,4% em 2013, com crescimento de 14,6% e 0,1 ponto percentual, respectivamente, em relação ao ano anterior. Contribuíram para isso o rígido controle das despesas e o bom resultado de Produtos Financeiros, mesmo com maiores despesas financeiras decorrentes da nova estrutura de capital e o maior nível de depreciação.

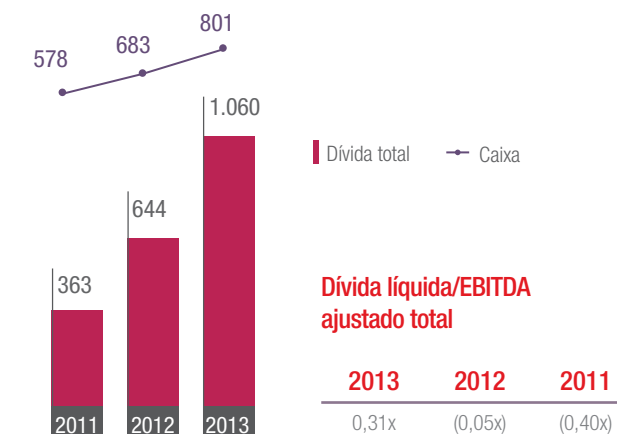
Desempenho no mercado de capitais

TRAA1 | GRI G4-EC11 Capital financeiro

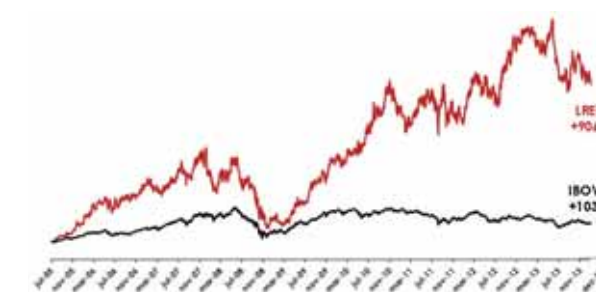
As ações da Lojas Renner, negociadas no Novo Mercado da BM&FBovespa sob o símbolo LREN3, tiveram desvalorização de 23,5% no ano, enquanto o Ibovespa registrou desvalorização de 15,5%. O número de negócios no período alcançou 993,1 mil, com 215,2 milhões de ações e um volume médio diário negociado de R\$ 57,4 milhões. Apesar do desempenho decrescente em 2013, as ações da Companhia geraram retorno total ao acionista de 906,9% desde a oferta pública realizada em julho de 2005.

Em 2013, a remuneração aos acionistas foi realizada na forma de Juros sobre Capital Próprio (JCP) de R\$ 57,9 milhões, ou R\$ 0,4631 por ação, que serão complementados pelos dividendos anuais. Estes, propostos em R\$ 105,1 milhões, serão avaliados pela Assembleia Geral Ordinária.

Nível de endividamento (R\$ milhões)



Desempenho das ações – retorno total ao acionista





Relacionamento com as Públicas

TR5 | TRA17 | TR18 | TRA20 | TR21 | DMA GRI G4-15 | G4-16 | G4-24 | G4-25 | G4-27 | G4-S01 | G4-S02 | G4-S05 | G4-S06

As relações da Lojas Renner com seus públicos são pautadas pela ética e pelo respeito e norteadas pelo seu Código de Ética e Conduta (saiba mais sobre essas diretrizes no capítulo Modelo de Negócio). Essa postura reflete-se em várias iniciativas de engajamento dos diversos públicos, na ampla divulgação de metas com partes relacionadas (e os resultados obtidos a cada ano), na atuação pública por meio de associações e diálogos com entidades governamentais e das comunidades e na trajetória do Instituto Lojas Renner. Adicionalmente, a Companhia formalizou sua adesão ao Pacto Global das Nações Unidas, ao Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo e aos Princípios de Empoderamento das Mulheres, contribuindo com uma série de ações no âmbito desses compromissos.

Com base no processo de consulta pública – Painel de Sustentabilidade –, realizado em outubro de 2013, a Renner passou a trabalhar com pontos focais para promover o engajamento de seus públicos de interesse. Foram definidos colaboradores e gestores das áreas como responsáveis pelo contato ativo com os *stakeholders* visando obter demandas, questionamentos e sugestões para a gestão da Companhia e a antecipação de desafios. Os principais públicos de interesse da Renner e seus canais de engajamento são descritos na tabela da página 62.

Saiba mais sobre esse processo de engajamento no capítulo Sobre o Relatório.



Processo de engajamento dos públicos GRI G4-24 | G4-25 | G4-26 | G4-27

PÚBLICO	Formas de engajamento	Critérios de seleção para o Pannel de Sustentabilidade
Acionistas, investidores e analistas de mercado	Relatório da Administração, relatório anual, informações financeiras trimestrais, reuniões com acionistas, <i>call</i> de resultados, Renner Day, Portal de Relacionamento com Investidores e Fale com o RI (por meio do site da Lojas Renner), Carbon Disclosure Project (CDP) e índices de bolsas de valores	Acionistas selecionados levando em consideração a frequência de relacionamento com a área de RI e participação nas reuniões.
Cientes	Encantômetro, site da Renner, Central de Atendimento (por meio do site da Renner), revista Renner, redes sociais, aplicativo <i>mobile</i> , Clube de Vantagens Renner, patrocínios em eventos de moda e culturais, pesquisa de satisfação e grupos focais, Projeto EcoEstilo e Campanha Mais Eu	Mulheres de 18 a 39 anos nas faixas de consumo médio/alto, estilosas, <i>super heavy users</i> (SHU) e <i>heavy users</i> (HU) do Cartão Renner e Meu Cartão.
Colaboradores	Código de Ética e Conduta, Programa Boas-Vindas, Magia Renner, Programa de Trainees, Grupo de Alta Performance, Academia Renner, Universidade Renner, Programa de Liderança, Convenção de Líderes, canais de comunicação interna (Canal Renner, Planeta Renner, Planeta Informa, Vitrine, Líder@Renner, Café com a Diretoria, Reunião de Ponto de Partida, Palavra do Presidente), campanhas internas, campanhas de incentivo, Programa Histórias de Encantamento, Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa), Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho (SIPAT), Programa 5S, PortalRH, Fale Conosco (por meio do Portal RH), Diretrizes de Relacionamento, Pesquisa de Engajamento, Avaliação 360º, Avaliação Gerencial, benefícios e participação nos resultados	Colaboradores de todas as áreas do negócio – adesão voluntária.
Meio ambiente	Linha Alchemia Bio, Programa de Gestão de Resíduos Sólidos, Projeto EcoEstilo, Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEEs) e neutralização das emissões, ICO ₂ Eficiente, Carbon Disclosure Project (CDP), GHG Protocol Brasil e registro público das emissões	Organizações com foco em temas relacionados ao meio ambiente.
Fornecedores	Fornecedores de revenda: Código de Ética e Conduta, Política de Relacionamento com Fornecedores Renner, Portal de Relacionamento com Fornecedores, visitas técnicas, auditorias, Programa Crescendo Juntos, Indicador Global de Desempenho dos Fornecedores, Programa de Melhoria Contínua e Programa Escola de Costura Renner (por meio do Instituto Lojas Renner) Fornecedores administrativos: Termo de Compromisso de Conduta Responsável e visitas técnicas aos fornecedores de risco	Fornecedores de revenda: dos 636 fornecedores ativos em 2012, 30 foram monitorados em 2013 pelo Indicador de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF) – o critério de seleção adotado foi a participação dos fornecedores desse grupo. Fornecedores administrativos: para os 1.481 fornecedores ativos em 2012, o critério utilizado foi a seleção dos 71 fornecedores da Curva A de faturamento.
Imprensa e formadores de opinião	Site da Renner, Preview Renner, produção de moda para editoriais, entrevistas, <i>releases</i> e <i>press kits</i>	Formadores de opinião selecionados conforme relevância estratégica para a Renner.
Governo e associações	Instituto para o Desenvolvimento do Varejo (IDV), Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX), Pacto Global, Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo e Princípio do Empoderamento de Mulheres	Governos federal, estaduais e municipais e associações com foco relacionado ao negócio.
Comunidades	Visitas às organizações sociais para acompanhamento dos projetos apoiados, edital de apoio a projetos sociais, Programa Escola de Costura, Rede Parceria Social, Programa Escola de Varejo, Projeto Pescar, Rede Bom Jesus, Rede Parceria Social, Funciança, Fundo do Idoso, site do Instituto Lojas Renner e redes sociais	Organizações sociais apoiadas selecionadas com base no tempo de relacionamento com o Instituto Lojas Renner, presença nos estados de maior relevância de atuação do Instituto e capacidade de autonomia e sustentabilidade financeira dessas organizações.

Evolução dos compromissos assumidos TRA20 | GRI G4-27 | G4-37 | G4-45

A tabela a seguir apresenta o desempenho e as perspectivas das metas e dos compromissos da Lojas Renner publicados no Relatório Anual de Sustentabilidade 2012. Essa prestação de contas reforça o empenho da Companhia em ser transparente com seus públicos e buscar a constante superação de desafios.

META	Público	Desempenho 2013	Compromisso 2014
Abriu 26 novas lojas da Renner e, no mínimo, 10 da Youcom	Acionistas e investidores	Atingido Foram abertas 29 novas lojas da Renner e 15 da Youcom (entre estas, 4 unidades da Blue Steel, que foram transformadas em Youcom).	Abriu de 25 a 30 lojas da Renner, de 6 a 10 da Camicado e 15 da Youcom.
Fazer o <i>rollout</i> e o desenvolvimento da cadeia da moda jovem com nova bandeira – lançamento da marca Youcom	Acionistas e investidores	Atingido Foi lançada a marca Youcom em 2013, após período de testes com 4 lojas piloto usando a marca Blue Steel.	Consolidar e aumentar o conhecimento do público jovem sobre a marca Youcom.
Publicar a Política de Governança, Riscos e Compliance após revisão e deliberação entre a Diretoria, o Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos e o Conselho de Administração da Companhia	Acionistas e investidores	Parcial A política foi elaborada, mas ainda está em processo de aprovação para estar adequada à Lei Anticorrupção, cuja vigência iniciou-se em janeiro de 2014.	Publicar a Política de Governança, Riscos e Compliance, incluindo questões relacionadas à Lei Anticorrupção, após deliberação entre a Diretoria, o Comitê de Auditoria e Gestão de Riscos e o Conselho de Administração da Companhia.
Desenvolver uma linha de produtos com certificação orgânica (incluindo algodão orgânico) para lançamento em 2014	Cientes	Atingido As marcas Marfinno Feminino e Masculino estão desenvolvendo o Cotton Project, uma coleção especial que será lançada no segundo semestre de 2014 com produtos desenvolvidos com algodão orgânico para malharia e <i>jeans</i> , além de uma linha de tricôs feitos à mão.	Comercializar os produtos desenvolvidos pela Marfinno Feminino e Masculino, no Cotton Project, durante o Verão 2014/2015 por meio de uma coleção cápsula e analisar o seu desempenho.
Manter o índice dos clientes muito satisfeitos e satisfeitos acima dos 96%	Cientes	Atingido O índice de satisfação dos clientes foi de 96,9%.	Manter o índice de satisfeitos e muito satisfeitos acima de 96% em 2014.
Manter o desempenho de 2012 (99,45% dos <i>tickets</i> abertos no Fale Conosco foram respondidos no prazo máximo de 72 horas), monitorando o engajamento dos colaboradores responsáveis pela gestão desse canal por meio do fechamento dos <i>tickets</i>	Cientes	Atingido Os <i>tickets</i> abertos no Fale Conosco foram respondidos dentro do prazo de 72 horas.	Manter a meta de responder aos <i>tickets</i> no prazo máximo de 72 horas.
Continuar o curso virtual sobre a Política de Relacionamento com o Fornecedor para a divisão de Compras na Academia e na Universidade Renner	Colaboradores	Atingido O curso continua disponível para os colaboradores no ambiente virtual.	Não será mantido como meta uma vez que o curso está estabelecido (lançamento em 2012 e manutenção em 2013).

META	Público	Desempenho 2013	Compromisso 2014
Aumentar em 30% o número de participantes no curso virtual sobre Código de Defesa do Consumidor para o colaborador de lojas	Colaboradores	Atingido Em 2013, 1.226 colaboradores realizaram o curso sobre o Código de Defesa do Consumidor.	Não será mantido como meta, uma vez que o curso está estabelecido (disponibilizado em 2012 e ampliado em 2013).
Publicar o curso virtual de identificação de notas falsas para a equipe de caixas no primeiro semestre de 2013	Colaboradores	Parcial O curso foi lançado no fim do segundo semestre de 2013.	Não será mantido como meta, uma vez que o curso está estabelecido.
Reduzir em 5% os índices de acidentes e doenças ocupacionais	Colaboradores	Não atingido Em 2013, foram registrados 48 acidentes de trabalho ante 36 registrados no ano anterior.	Realizar o registro dos Cadastros de Acidente de Trabalho (CATs) diretamente no sistema do INSS.
Realizar a capacitação de Padrinhos da Diversidade em todas as regionais Renner e garantir o preparo dos colaboradores, especialmente dos gestores administrativos, para trabalhar a diversidade	Colaboradores	Parcial A regional Centro-Norte realizou encontros sobre o tema.	Avaliar o formato da capacitação dos gestores e colaboradores no tema diversidade.
Implantar o Centro de Serviços Compartilhados (CSC) da Lojas Renner, projeto iniciado em 2012, organizado em três fases e com conclusão prevista para 2014	Colaboradores	Atingido A segunda fase do projeto foi implantada com o tombamento dos processos administrativos e o início de processos de loja. Por meio da avaliação de oportunidades, foi aprovada a quarta fase para o projeto.	Implantar a terceira fase para consolidação dos processos de loja e realizar o planejamento da quarta fase para implantação em 2015.
Realizar <i>workshops</i> específicos para as significativas mudanças que ocorrerão com dois grandes projetos em andamento: a instalação do CSC e o Supply Chain	Colaboradores	Atingido Os trabalhos de Gestão de Mudança foram continuados com as áreas envolvidas, com foco no CSC e na transição da Blue Steel para Youcom (não houve demanda para o Supply Chain, pois o projeto já está em fase de maturação).	Não será mantido como meta uma vez que o processo foi finalizado.
Manter as três Escolas de Costura em atividade e abrir seis novas (quatro já estão em processo de abertura) para formar mil pessoas	Comunidade	Parcial A Companhia manteve em 2013 3 Escolas de Costura e formou 65 mulheres.	Abrir cinco Escolas de Costura até o fim de 2014.
Manter a formação de 100% dos jovens do Projeto Pescar para as unidades da Lojas Renner	Comunidade	Atingido Todos os jovens formados no curso em 2013 foram inseridos no mercado de trabalho e/ou estão cursando o ensino superior.	Inserir 100% dos alunos do Projeto Pescar no mercado de trabalho, preferencialmente na Lojas Renner, ou motivá-los para o ingresso na universidade.

META	Público	Desempenho 2013	Compromisso 2014
Lançar edital para seleção de novos projetos em abril de 2013	Comunidade e organizações sociais	Atingido O edital lançado em 2013 selecionou sete projetos.	Lançar edital em março de 2014, com previsão de apoio a 12 projetos.
Aplicar a Bússola do Desenvolvimento nos projetos executados pela Rede Bom Jesus	Comunidade e organizações sociais	Não atingido Não foi lançado edital para a Rede Bom Jesus em 2013.	Apoiar projetos para o desenvolvimento de comunidades por meio do Programa Rede Parceria Social, com foco em geração de renda para mulheres na terceira idade e na Comunidade Bom Jesus.
Desenvolver novos fornecedores e implantar a avaliação de desempenho de fornecedores administrativos	Fornecedores administrativos	Atingido Sessenta e três novos fornecedores administrativos foram desenvolvidos, principalmente para itens críticos e alternativos a fornecedores exclusivos. Houve ainda a implantação da avaliação de desempenho, realizada com 71 fornecedores administrativos.	Desenvolver fornecedores administrativos alternativos aos itens críticos para operação da Companhia a fim de contribuir para o equilíbrio da cadeia de fornecedores. Ampliar o número de fornecedores administrativos avaliados (IDGF), passando de 71 para 100 fornecedores, de acordo com a Curva A do ano de 2013 e os riscos identificados. Reduzir em 5% os custos das compras de materiais, equipamentos e serviços negociados pela Gestão de Fornecedores Administrativos (GFA).



META	Público	Desempenho 2013	Compromisso 2014
Ampliar a abrangência do IDGF para 30 fornecedores de revenda, selecionados pela representatividade no valor de compra/estratégico e pelo risco que podem oferecer ao negócio	Fornecedores de revenda	Atingido Em 2013 foram monitorados 30 fornecedores de revenda frente ao índice IDGF.	Manter o monitoramento de desempenho do IDGF para 30 fornecedores de revenda nacionais e expandir esse controle e monitoramento elaborando o IDGF Internacional para os fornecedores de revenda importados e realizando o monitoramento de 5 fornecedores do exterior, que representam 80% em valor dos itens importados.
Gerir a base de fornecedores de maneira estratégica, aplicando indicadores de desempenhos comercial, financeiro e social e colocando em prática ações para a regularização de deficiências e riscos identificados	Fornecedores de revenda e administrativos	Atingido Em 2013, foi realizada análise de risco da cadeia de fornecedores de revenda e administrativos da Lojas Renner. No primeiro grupo, fornecedores de revenda, foram avaliados 30 fornecedores com base nos dados do IDGF, considerando os riscos de abastecimento e social, a dependência financeira do fornecedor e os volumes de fornecimento. Como resultado, foram identificados três fornecedores para atuação conjunta no Programa de Melhoria Contínua. Já os principais fornecedores administrativos foram avaliados quanto aos riscos comerciais, técnicos e sociais, o que resultou em encontros para alinhamento e na elaboração de planos de ação.	Ampliar para o ano de 2014 a atuação do Programa de Melhoria Contínua para dez fornecedores de revenda, com base no risco que estes representam para a Renner. Iniciar, nesse mesmo período, um piloto de auditorias nos fornecedores administrativos que apresentem baixo desempenho no IDGF.
Manter visitas a fornecedores de revenda de vestuário, bem como acompanhar a qualificação destes e de subcontratados pendentes	Fornecedores de revenda	Atingido Em 2013 foi realizado acompanhamento semanal da qualificação dos fornecedores de revenda no programa ABVTEX, estruturada uma equipe no estado de São Paulo para a realização de visitas aos fornecedores e seus subcontratados e capacitado o grupo de fornecedores do IDGF no tema Gestão de Subcontratados.	Ampliar a atuação da equipe de São Paulo para fornecedores localizados no estado de Santa Catarina.
Manter a qualificação dos fornecedores do estado de São Paulo no Programa de Qualificação ABVTEX e expandi-la a 100% dos fornecedores e subcontratados nos demais estados brasileiros	Fornecedores de revenda	Atingido Em 2013, foram qualificados no Programa de Qualificação ABVTEX 100% dos fornecedores de revenda de vestuário no Brasil, totalizando 170 fornecedores e suas cadeias de subcontratados.	Manter a qualificação dos fornecedores de vestuário no Brasil e ampliar a atuação do Programa de Qualificação ABVTEX para fornecedores de calçados e acessórios.
Garantir que fornecedores isentos da auditoria de responsabilidade social da ABVTEX realizem auditoria de processo por empresa terceirizada com base em três critérios: volume de compra, nota obtida e data da última auditoria	Fornecedores de revenda	Atingido Em 2013, 62 fornecedores de revenda passaram pela Auditoria de Processo.	Manter a meta de 2013 – as auditorias estão alinhadas à Política de Auditorias de Fornecedores de Revenda da Renner.

META	Público	Desempenho 2013	Compromisso 2014
Auditar 670 oficinas, atingindo 100% daquelas localizadas no estado de São Paulo e 25% das instaladas nos demais estados brasileiros	Fornecedores de revenda	Atingido Foram auditadas 751 oficinas no ano, das quais 662 estão localizadas no estado de São Paulo (324 auditorias realizadas pela SGS e 338 auditorias realizadas por equipe própria) e 89 nos demais estados do Brasil.	Realizar visitas técnicas com equipe própria da Renner em 100% dos subcontratados localizados no estado de São Paulo e em 240 subcontratados localizados nos demais estados do Brasil.
Aumentar em 10% o engajamento das lojas no Programa de Gestão de Resíduos Sólidos	Meio ambiente	Não atingido Não foi alcançado o aumento de engajamento esperado, apesar dos esforços e incentivos adotados (entre eles a criação de prêmio interno e o reforço da campanha nos veículos de comunicação interna). Detectou-se, com isso, a necessidade de reformular o programa e seu plano de engajamento.	Reestruturar o Programa de Gestão de Resíduos Sólidos.
Colocar em prática o programa específico de gestão de resíduos para as reformas de lojas	Meio ambiente	Atingido O programa está em prática.	Acompanhar a aplicação do programa.
Reduzir as emissões do indicador de desempenho (emissões por m ² de área de venda) em 2%	Meio ambiente	O inventário de emissões será concluído em maio de 2014, quando será possível verificar o <i>status</i> da meta. As informações serão atualizadas e publicadas em relatorio.lojasrenner.com.br .	Manter a meta de reduzir as emissões do indicador de desempenho (emissões por m ² de área de venda) em 2%.
Desenvolver um plano de gestão das emissões de GEEs	Meio ambiente	Parcial Está em andamento o desenvolvimento de um plano para a gestão das emissões.	Dar continuidade ao desenvolvimento do plano de gestão das emissões de GEEs.
Aumentar em 10% a arrecadação de resíduos no Projeto EcoEstilo	Meio ambiente e clientes	Atingido O Projeto EcoEstilo superou as expectativas, com aumento de 72,92% na coleta de resíduos de perfumaria e beleza.	Manter o volume arrecadado em 2013.
Revisar o Código de Ética e Conduta para que seja único para a Lojas Renner, a Youcom e a Camicado	Todos	Atingido O novo Código de Ética e Conduta Corporativo que engloba todas as operações da Lojas Renner foi publicado no ano de 2013.	Manter as ações de atualização de todos os colaboradores da Companhia por intermédio de treinamentos internos.
Publicar a Política de Sustentabilidade após aprovação da Diretoria e do Conselho de Administração	Todos	Atingido A Política de Sustentabilidade foi publicada em 2013, e a comunicação focada no público interno foi realizada.	Desenvolver a comunicação dos princípios e das diretrizes da política para os demais públicos de relacionamento com o objetivo de estabelecer ações, indicadores e metas.

Presença da Renner nas redes sociais



4.003.346
fãs



47.417
seguidores



142.883
seguidores



3.944
seguidores



1.627.123
visualizações



109.509
acessos

Clientes TRA20 | GRI G4-PR1 | G4-PR8

Comunicação

O posicionamento de comunicação da Companhia é trabalhado por meio de estratégias e ações alinhadas à vocação de ser cúmplice da mulher moderna, com moda em diversos estilos e qualidade a preços competitivos em ambientes práticos e agradáveis. As iniciativas em propaganda, marketing direto, relações públicas, relacionamento com imprensa, internet, patrocínios e eventos culturais e de moda são desenhadas de acordo com o foco e o posicionamento da marca.

Em especial na Renner, cuja estratégia é se tornar uma marca altamente desejada e associada à moda em diversos estilos, o planejamento de comunicação é executado anualmente a fim de manter o diálogo permanente com o público-alvo (mulheres entre 18 anos e 39 anos das faixas de consumo médio/alto). Em 2013, o portal WGSN, um dos mais importantes *bureaus* de tendências do mundo, elegeu a revista Renner Verão 2014 como destaque da temporada ao analisar as melhores campanhas de primavera/verão da América do Sul.

Em produtos financeiros são desenvolvidas ações de relacionamento (Customer Relationship Management – CRM) para ativar, reter e fidelizar clientes do Cartão Renner e do Meu Cartão. Em 2013, o Clube de Vantagens do Cartão Renner completou um ano e foi ampliado, passando a contemplar também os clientes do Meu Cartão. O Clube oferece benefícios exclusivos, como consultoria virtual de moda, descontos ou ingressos para eventos (desfiles, *shows*, peças de teatro) e outras promoções especiais.

A Renner está presente nas redes sociais, com página oficial no Facebook, que em 2013 alcançou 4 milhões de seguidores, e perfis no Instagram, no Twitter, no Pinterest e no Google+; um canal de vídeos no YouTube; e o *blog* Estilo Renner. Dicas de moda, informações sobre campanhas, inaugurações e promoções são alguns dos conteúdos compartilhados nas redes sociais, que também são um canal aberto para a empresa receber elogios, críticas e sugestões. Especificamente no Facebook há um *chat* on-line para enviar mensagens sobre questões que envolvem o *e-commerce* da Renner.

Um importante canal de relacionamento com os clientes da Renner é o Fale Conosco por meio de um formulário no site institucional da empresa. Todos os e-mails recebidos são encaminhados via sistema às áreas responsáveis e respondidos em até 72 horas. Continuamente, a empresa monitora o número de registros, as áreas impactadas e o tempo de retorno.

Ao longo de 2013, esse canal passou a ter uma nova funcionalidade, que permite a solução de dúvidas e problemas com mais agilidade. Respostas previamente cadastradas pela Central de Atendimento são exibidas automaticamente com base no reconhecimento eletrônico da questão levantada pelo internauta.

Para aprimorar o atendimento aos clientes e contribuir para a sua satisfação, a Renner lançou em 2013 uma interface exclusiva com o site Reclame Aqui, uma das principais plataformas on-line para reclamações de diver-

Estimular e criar a moda

Lançado em 2013 pela Renner, o Prêmio Estampa Brasil abriu espaço para novos talentos do país na arte de criação de estampas, com a alma brasileira como temática. Com inscrições abertas e gratuitas pela internet, a iniciativa recebeu mais de 2,6 mil candidatos nas 5 categorias (pessoas, rua, flora, fauna e artesanato).

Os projetos foram avaliados por uma comissão de pré-seleção e, depois, por um júri altamente especializado. Entre os integrantes do júri que analisou as criações, estavam especialistas em design, estamperia e comportamento de consumo, além de um representante da área de design e desenvolvimento da Renner.

Os quatro finalistas de cada categoria participaram de exposições em São Paulo (SP) e em Salvador (BA). Os ganhadores terão seu trabalho estampado na próxima coleção de verão da Renner. A segunda edição do concurso, em 2014, já foi confirmada.

Como resultado do prêmio, foi editado o livro *Alma Brasileira*, com apoio da Lei Rouanet. A obra reúne informações sobre a história da estampa no mundo e no Brasil, as técnicas, os pigmentos e as novas tecnologias, além de um artigo sobre design e arte e uma entrevista exclusiva com a renomada designer (e jurada do prêmio) Renata Rubim.



Saiba mais e acesse o livro em www.premioestampabrasil.com.br.

dos segmentos. As demandas, que antes entravam no fluxo do Fale Conosco, agora são enviadas diretamente às áreas responsáveis, que respondem com mais agilidade. Essa simplificação de fluxo permitirá melhorar a avaliação da empresa nesse site, principal referência de reputação de empresas no ambiente on-line.

A Camicado disponibiliza atendimento a seus clientes por meio do canal Fale Conosco, de *chat* on-line, e-mail e redes sociais. Em 2013, a empresa expandiu o horário de funcionamento de seu *call center* (responsável por mais da metade das interações) para que operasse também aos sábados. A gestão desse atendimento é compartilhada com a Renner.

Encantômetro TRA20 | GRI PR5

Instalado em todas as lojas da Renner, o Encantômetro já faz parte da rotina de compra dos clientes desde 1996. Como projeto pioneiro de medição de satisfação dos clientes, o Encantômetro é instalado junto às portas das lojas. No fim da experiência de compra, o cliente é convidado a deixar sua opinião por meio de uma avaliação em três níveis (muito satisfeito, satisfeito e insatisfeito). No caso de uma percepção negativa dele, um colaborador disponibiliza-se prontamente para resolver a situação, e, quando a questão não é resolvida, a loja deve encaminhar seu comentário para o escritório central, que deverá oferecer resposta ao cliente.

Os resultados são publicados diariamente na intranet e consolidados mensalmente para apresentação à Diretoria. Em 2013, foram registrados mais de 24 milhões de toques, com índice de satisfação de 96,9% (muito satisfeitos e satisfeitos).

Comércio on-line GRI G4-PR5

A loja virtual da Renner foi aprimorada em 2012, com o lançamento de uma nova plataforma que a coloca entre as melhores do mercado segundo o Gartner, empresa líder mundial em pesquisa e consultoria de tecnologia da comunicação. Outro diferencial desse ambiente é que lá também é evidente a Filosofia do Encantamento por meio do Encantômetro On-Line.

A cada compra, o cliente avalia critérios como facilidade ao comprar, informações do produto, preços, formas de pagamento, entrega no prazo e qualidade do atendimento, em uma régua de 1 (muito insatisfeito) a 5 (muito satisfeito). É possível ainda deixar comentários, que servem de importante *feedback* para direcionamento do negócio.

A medição da satisfação dos consumidores é feita por uma empresa terceirizada, que disponibiliza um relatório parcial semanalmente e consolida os dados a cada mês civil. A equipe da Renner monitora ainda as redes sociais, os sites de reclamação e outros pontos de contato da empresa com seus clientes no ambiente virtual.

De forma pioneira no seu segmento, a Renner adaptou seu site no início de 2013 para garantir a acessibilidade de pessoas com deficiências visuais e de movimentos. Ao clicar em um ícone específico na página inicial, o internauta pode fazer o download do navegador eSSENTIAL

A loja virtual da Renner é a primeira no segmento a viabilizar a navegação de pessoas com deficiências visuais e motoras

Acessibility™, que substitui o mouse e o teclado por meio de recursos como o sistema *hands-free* de rastreamento de movimento, o autoclique e o escaneamento automático de links. Esse aplicativo facilita a navegação e o acesso às últimas tendências da estação de milhares de brasileiros com dificuldade de leitura ou para digitar ou mover o mouse.

Privacidade de dados

GRI G4-14 | G4-PR8 | Capital organizacional

Em relação à segurança dos dados de clientes, a Renner conta com dois certificados de segurança em seu site (Site Blindado e Certisign). Os dados de cadastro do cliente, assim como os das informações financeiras, são garantidos pela criptografia deles e pelo armazenamento temporário com exclusão dos bancos de dados após período definido pelas regras de *compliance* ao Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS), padrão internacional das bandeiras de cartão de pagamento. Além disso, a gestão do risco de crédito é feita pela empresa líder do mercado brasileiro no segmento.





Colaboradores <IR> Capital humano

Gestão de pessoas

<IR> Capital intelectual | Capital organizacional
TRAA13 | TRA14 | TRA15 | TRA16 | TRA17 | TRA20 | DIMA GRI

Ser uma empresa pioneira, ter vocação para encantar, crescer e expandir os negócios cada vez mais – tudo o que caracteriza a Lojas Renner depende fundamentalmente das pessoas que diariamente superam desafios. Por isso, o principal objetivo da gestão de pessoas na Companhia é atrair e manter os melhores talentos. São eles os protagonistas da trajetória que vem sendo construída e do futuro que se deseja alcançar.

Como parceira na busca pelos objetivos de negócio, a área de Recursos Humanos (RH) engaja-se no planejamento estratégico anual da Companhia e, com base nele, define e prioriza as suas atividades. A fim de permitir a cada colaborador alcançar todo o seu potencial, a gestão de pessoas envolve a integração e o bom ambiente de trabalho, a formação técnica e gerencial, o reconhecimento justo dos desempenhos individual e coletivo e a promoção de saúde e segurança.

Engajamento e cultura da Companhia

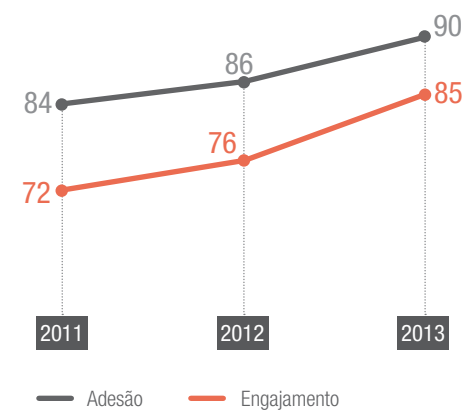
O conjunto de valores e fundamentos que compõe a cultura da Companhia (conheça-os melhor no capítulo Governança Corporativa) está fortemente presente no cotidiano dos colaboradores. Em 2013, eles foram complementados pela divulgação das Leis da Simplicidade, que apoiam o processo de mudança da Renner para uma estrutura mais simples e com foco total nos produtos que oferece aos seus clientes.

Ao longo do ano, o índice de engajamento passou a ser incluído como meta de desempenho da liderança das áreas administrativas, que reforça o papel desse público na promoção de um ambiente de trabalho positivo e motivador. Realizada desde 1993, a pesquisa de engajamento abrange a participação voluntária dos colabora-

dores na consulta e um processo estruturado de execução dos planos de ação para melhoria, além da comunicação transparente de todas as etapas da pesquisa. A maturidade dessa prática na Renner é evidenciada nos resultados dos últimos anos, que a consolidam na faixa das empresas de alto desempenho.

De forma complementar, cada unidade realiza bimestralmente um painel denominado Diretrizes de Relacionamento. Nesse momento, a comunicação franca e aberta é exercitada quando líderes e liderados discutem 16 itens que traduzem os principais aspectos do relacionamento entre eles.

Constante melhoria nos índices da pesquisa de engajamento (%)



Entre as melhores empresas para se trabalhar

A Lojas Renner foi eleita a melhor empresa do Brasil na Gestão de Pessoas, em 2013, pelo Prêmio Valor Carreira. Promovido pelo jornal Valor Econômico em parceria com a consultoria Aon Hewitt, o ranking anual destacou os índices de alto desempenho, a gestão da mudança e o engajamento da Companhia. Esse resultado é fruto do envolvimento cada vez maior da liderança na construção do clima organizacional e da melhoria contínua do processo de pesquisa de engajamento, em especial do acompanhamento dos planos de ação e do feedback aos colaboradores. A Lojas Renner também foi destaque entre as Melhores Empresas para Você Trabalhar e as 35 Melhores Empresas para Começar a Carreira, do Guia VOCÊ S/A de 2013.

Modelo de atuação do RH

A partir de 2014, a Renner inicia a implantação de um novo modelo de atuação na área de Recursos Humanos. As equipes devem atuar em um modelo de gestão mais colaborativo e dentro de células de rede, que funcionam como miniempresas. O modelo é pioneiro no Brasil. O foco das redes está em projetos desdobrados com base no alinhamento estratégico da empresa.

Com esse modelo, as atividades transacionais são centralizadas no Centro de Serviços Compartilhados (CSC). No escopo do RH permanecem processos como recrutamento e seleção, gestão do desempenho, gestão de carreira, gestão do clima e qualidade e gestão de indicadores e produtividade, dentro de uma estrutura de integração funcional.

Atração e retenção de talentos

GRI G4-9 | G4-LA1 | G4-LA13

Selecionar e manter profissionais adequados ao perfil cultural da Companhia e que superam expectativas com bons resultados é um desafio constante da gestão de pessoas. Para isso,

a Lojas Renner conta com uma série de iniciativas para gerenciar oportunidades e desenvolvimento de carreira, reconhecer desempenhos diferenciados e celebrar conquistas e momentos relevantes na história de cada colaborador.

Todos os processos seletivos priorizam a mobilidade interna e mais uma vez o papel dos gestores como motivadores do crescimento de seus liderados é visto como essencial. Por meio do programa AQUI Oportunidades Internas Lojas Renner, as vagas são divulgadas nos murais e no Portal RH. A área de RH avalia os interessados, coordena todas as etapas de seleção e compartilha com os candidatos e seus líderes os resultados obtidos. Com isso, todos os inscritos recebem *feedback* e têm oportunidades de desenvolvimento, independentemente de sua aprovação para a vaga específica do processo seletivo interno. Em 2013, foram realizadas 619 promoções internas. Especialmente para os cargos de liderança, a Renner implementou em 2011 o Trilhas de Carreira, que mapeou e construiu o perfil ideal para posições-chave.

GRI G4-10 | G4-LA1

TOTAL DE COLABORADORES EFETIVOS POR CARGO DA RENNER¹

	2013 ²	2012	2011
Diretoria	6	6	6
Lideranças (gerentes, coordenadores e supervisores)	1.172	1.124	956
Administrativo (analistas e afins)	397	359	289
Operacional	13.122	12.902	12.232
Outros (aprendizes, <i>trainees</i> e estagiários)	620	524	552
Total de colaboradores efetivos	15.317	14.915	14.035

1. Total de colaboradores considera apenas os contratados pelo regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e estagiários, não incluindo profissionais temporários e terceirizados. O número de colaboradores ativos em 31 de dezembro de 2013 na Renner era de 14.516. Há uma variação sazonal associada aos meses que antecedem o Natal e o Dia das Mães. Entretanto, os percentuais de variação não estão disponíveis, pois dependem de informações que não são monitoradas atualmente, como temporários e terceirizados.

2. Dados de 2013 são referentes à Renner. Em 2012 e 2011 eram considerados também os dados da Blue Steel.

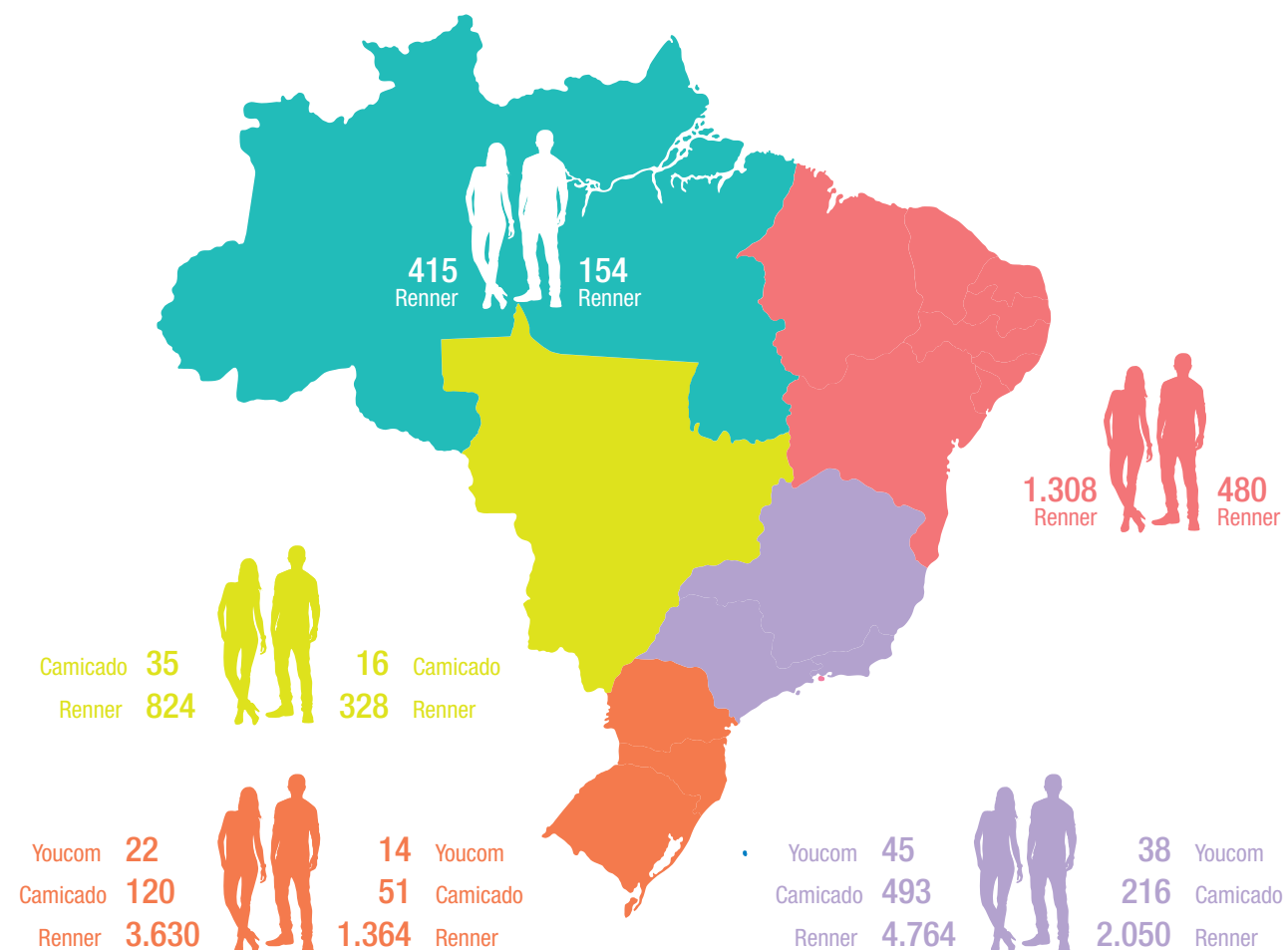
GRI G4-LA1

TOTAL DE COLABORADORES EFETIVOS POR CARGO EM 2013*	Camicado	Youcom
Lideranças (gerentes, coordenadores e supervisores)	107	20
Administrativo (analistas e afins)	27	10
Operacional	770	89
Outros (aprendizes, <i>trainees</i> e estagiários)	27	-
Total de colaboradores efetivos	931	119

* O número de colaboradores ativos em 31 de dezembro de 2013 na Camicado era de 901, e na Youcom, de 117.

GRI G4-LA1

TOTAL DE COLABORADORES EFETIVOS POR GÊNERO E REGIÃO EM 2013*



* Não há dados disponíveis para efeito de comparação dos anos anteriores, pois o indicador começou a ser monitorado em 2013.

GRI G4-LA1

ROTATIVIDADE POR CARGO DA RENNER

	2013			2012*		
	Admissão	Demissão	Rotatividade (%)	Admissão	Demissão	Rotatividade (%)
Diretoria	1	1	16,66	-	1	16,66
Lideranças (gerentes, coordenadores e supervisores)	20	138	11,77	29	112	9,96
Administrativo (analistas e afins)	82	90	22,67	98	74	20,61
Operacional	7.379	6.847	52,18	7.379	6.489	50,29
Outros (aprendizes, <i>trainees</i> e estagiários)	763	624	100,65	636	565	92,74
Total	8.245	7.700	50,27	8.142	7.241	48,58

* Os dados de 2012 consideravam Renner e Blue Steel.

GRI G4-LA1

ROTATIVIDADE POR CARGO DA CAMICADO E DA YOUCOM EM 2013¹

	Camicado			Youcom		
	Admissão ²	Demissão	Rotatividade (%)	Admissão ²	Demissão	Rotatividade (%)
Lideranças (gerentes, coordenadores e supervisores)	29	35	32,71	6	-	-
Administrativo (analistas e afins)	8	8	29,63	1	-	-
Operacional	507	615	79,87	69	30	33,71
Outros (aprendizes, <i>trainees</i> e estagiários)	27	36	133,33	-	-	-
Total	571	694	74,54	76	30	25,21

1. A estrutura de governança é única para toda a Companhia (Renner, Camicado e Youcom).

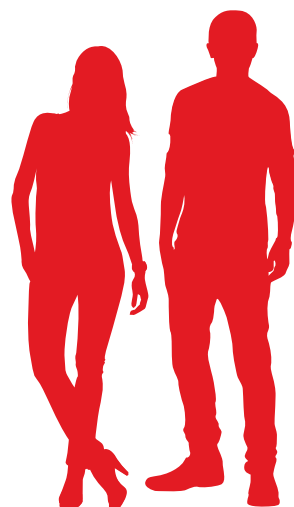
2. Não inclui transferências entre as empresas.

ROTATIVIDADE POR GÊNERO EM 2013

RENNER	Admissão	5.713
	Demissão	5.430
	Rotatividade (%)	49,63

CAMICADO	Admissão	361
	Demissão	411
	Rotatividade (%)	63,43

YOUCOM	Admissão	47
	Demissão	20
	Rotatividade (%)	29,85



RENNER	Admissão	2.532
	Demissão	2.270
	Rotatividade (%)	51,87

CAMICADO	Admissão	210
	Demissão	283
	Rotatividade (%)	100

YOUCOM	Admissão	29
	Demissão	10
	Rotatividade (%)	19,23



ROTATIVIDADE POR FAIXA ETÁRIA EM 2013

	Renner			Camicado			Youcom		
	Admissão	Demissão	Rotatividade (%)	Admissão	Demissão	Rotatividade (%)	Admissão	Demissão	Rotatividade (%)
Até 30 anos	6.523	5.933	60,52	427	530	97,61	72	29	26,61
Entre 31 e 50 anos	1.641	1.699	33,24	137	156	45,88	4	1	10,00
Acima de 51 anos	81	68	16,96	7	8	16,67	-	-	-
Total	8.245	7.700	50,27	571	694	74,54	76	30	25,21

ROTATIVIDADE POR REGIÃO EM 2013

	Renner			Camicado			Youcom		
	Admissão	Demissão	Rotatividade (%)	Admissão	Demissão	Rotatividade (%)	Admissão	Demissão	Rotatividade (%)
Centro-Oeste	712	656	56,94	41	41	80,39	-	-	-
Nordeste	884	680	38,03	-	-	-	-	-	-
Norte	399	270	47,45	-	-	-	-	-	-
Sudeste	3.916	3.684	54,07	411	486	68,55	63	25	30,12
Sul	2.334	2.410	48,26	119	167	97,66	13	5	13,89
Total	8.245	7.700	50,27	571	694	74,54	76	30	25,21

Diversidade TRA14 | TRA20 | GRI G4-LA12

A questão da diversidade é abordada pelo Código de Ética e Conduta da Companhia, que determina o absoluto respeito à diversidade. Não é admitida qualquer forma de preconceito, como origem, raça, sexo, cor ou idade. Além disso, a política de recursos humanos da Lojas Renner prevê a contratação de aprendizes e pessoas com deficiência. Os líderes são incentivados a promover a diversidade não só no quadro de pessoal como também em relação a opiniões, abordagens e ideias.

INDICADORES DE DIVERSIDADE EM 2013 (%)

	Renner	Camicado*	Youcom*
Mulheres na Companhia	71,36	69,60	56,30
Colaboradores com idade acima de 45 anos	6,58	10,10	0,00
Colaboradores com idade acima de 45 anos em cargos gerenciais	0,42	1,29	0,00
Colaboradores com idade acima de 45 anos em cargos de diretoria	0,03	0,00	0,00
Colaboradores com idade acima de 45 anos em cargos gerenciais em relação ao total de cargos gerenciais	5,55	11,21	0,00

* A estrutura de governança é única para toda a Companhia (Renner, Camicado e Youcom).

COMPOSIÇÃO DOS GRUPOS POR GÊNERO EM 2013 (%)

	Renner		Camicado ¹		Youcom ¹	
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens
Conselho ²	40,00	60,00	-	-	-	-
Diretoria	16,67	83,33	-	-	-	-
Lideranças (gerência, coordenadores e supervisores)	55,72	44,28	75,70	24,30	45,00	55,00
Administrativo	63,98	36,02	81,48	18,52	50,00	50,00
Operacional (assistentes, técnicos e operação da loja)	73,49	26,51	69,48	30,52	59,55	40,45
Outros	62,62	37,38	37,04	62,96	0,00	0,00

1. A estrutura de governança é única para toda a Companhia (Renner, Camicado e Youcom).

2. No Conselho de Administração, não é considerado o diretor presidente, pois ele é contabilizado na Diretoria.

COMPOSIÇÃO DOS GRUPOS POR FAIXA ETÁRIA EM 2013 (%)

	Renner		Camicado*		Youcom*	
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens
Até 30 anos	71,16	28,84	57,09	42,91	59,62	40,38
Entre 31 e 50 anos	71,91	28,09	85,29	14,71	33,33	66,67
Acima de 51 anos	71,22	28,78	100,00	0,00	0,00	0,00

* A estrutura de governança é única para toda a Companhia (Renner, Camicado e Youcom).



**NEGROS E PARDOS, POR GÊNERO
E NÍVEL FUNCIONAL EM 2013 (%)¹**

	Renner		Camicado ²		Youcom ²	
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens
Conselho	0,00	0,00	-	-	-	-
Diretoria	0,00	0,00	-	-	-	-
Liderança	5,72	4,61	3,74	1,87	0,00	10,00
Administrativo	1,76	1,01	14,81	11,11	0,00	0,00
Operacional	21,12	7,69	8,44	6,10	0,00	10,11
Outros	14,84	9,84	7,41	29,63	0,00	0,00

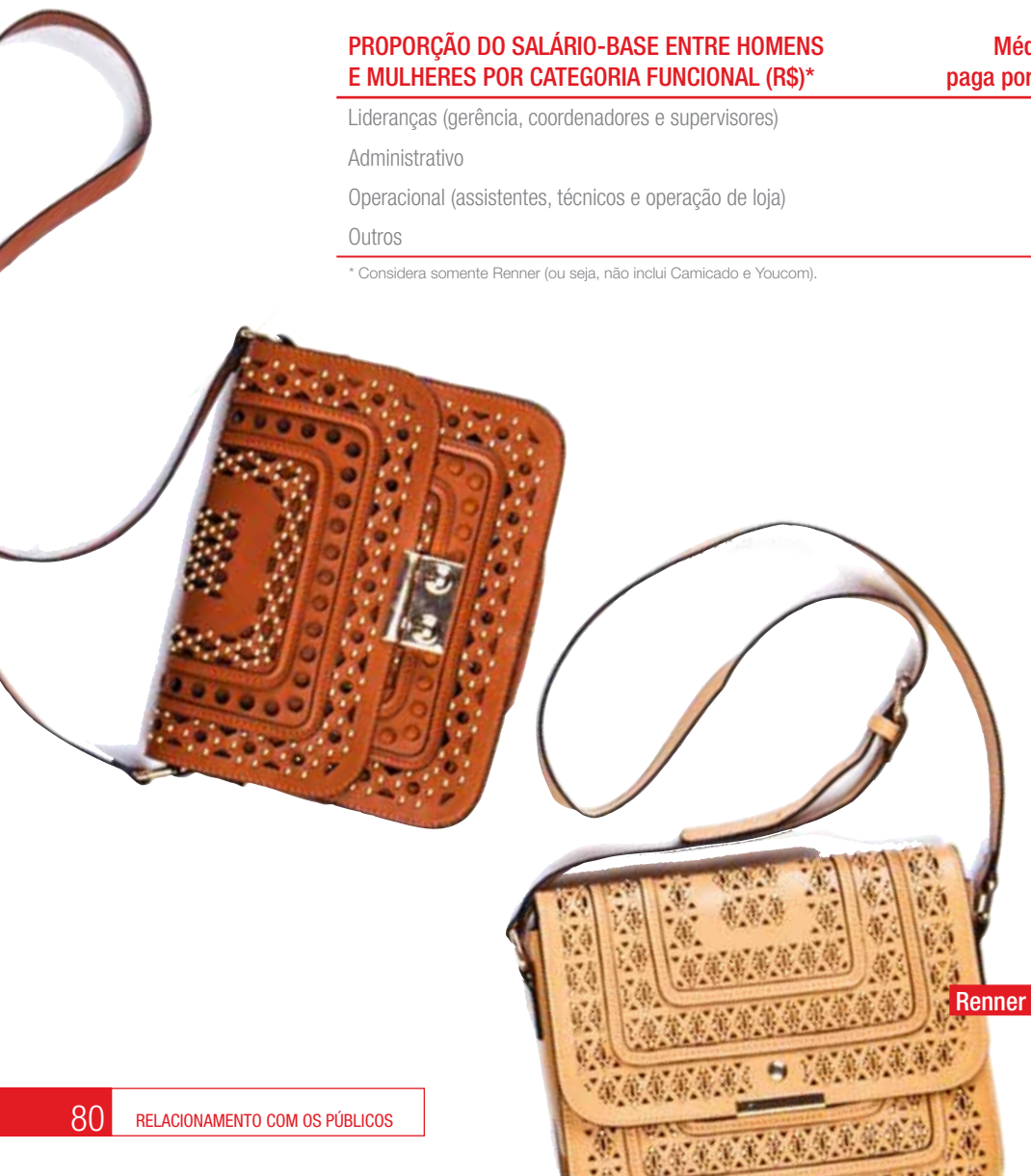
1. De acordo com o critério de autodeclaração. A verificação não se estende aos estagiários.

2. A estrutura de governança é única para toda a Companhia (Renner, Camicado e Youcom).

**PROPORÇÃO DO SALÁRIO-BASE ENTRE HOMENS
E MULHERES POR CATEGORIA FUNCIONAL (R\$)***

	Média salarial paga por categoria	Varição (%)
Lideranças (gerência, coordenadores e supervisores)	6.262	17,71
Administrativo	4.880	15,90
Operacional (assistentes, técnicos e operação de loja)	1.032	4,69
Outros	678	8,79

* Considera somente Renner (ou seja, não inclui Camicado e Youcom).



Renner

Educação e desenvolvimento de competências TRA15 | TRA22 | GRI G4-LA9 | G4-LA10 | G4-LA11

A educação corporativa da Lojas Renner é pautada pela gestão de competências, por meio do aprendizado contínuo e vinculado aos objetivos empresariais. A Companhia oferece treinamentos específicos sobre conduta ética e anticorrupção (saiba mais no capítulo Modelo de Negócio), além de *workshops* específicos para facilitar os processos de mudança.

Com foco na simplificação, a Lojas Renner vem estimulando a prática *on the job*, trabalhando a comunicação interna e a aprendizagem corporativa e simplificando os programas teóricos. Por isso, houve natural redução das horas de treinamento se comparadas aos anos anteriores.

GRI G4-LA9

TOTAL DE HORAS DE TREINAMENTO POR CARGO	2013	2012	2011
Diretoria	288	768	144
Gerentes	26.284	38.970	25.874
Coordenadores e supervisores	25.897	23.526	75.174
Administrativo (analistas e afins)	7.188	23.382	
<i>Trainees</i>	324.060	399.300	375.704
Operacional	1.318.679	1.327.919	1.402.773
Total	1.702.396	1.813.865	1.879.669

GRI G4-LA9

TOTAL DE PARTICIPANTES NOS PROGRAMAS DE TREINAMENTOS	2013	2012*	2011*
Diretoria	6	6	6
Gerentes	419	363	312
Coordenadores e supervisores	706	772	N.D.
Administrativo (analistas e afins)	374	370	N.D.
<i>Trainees</i>	262	309	322
Operacional	13.163	12.420	N.D.
Total	14.930	14.240	640

* Os dados de 2012 e 2011 contemplavam apenas Renner e Blue Steel.

GRI G4-LA9

MÉDIA DE HORAS DE TREINAMENTO POR CARGO	2013	2012	2011
Diretoria	48	28	24
Gerentes	63	107	83
Coordenadores e supervisores	37	30	75
Administrativo (analistas e afins)	19	63	
<i>Trainees</i>	1.237	1.292	1.167
Operacional	100	107	113
Geral	118	133	147

GRI G4-LA11

TOTAL DE COLABORADORES QUE RECEBERAM ANÁLISE DE DESEMPENHO POR GÊNERO E CARGO (%)*

2013

	Mulheres	Homens
Diretoria	100	100
Lideranças (gerentes, coordenadores e supervisores)	100	100
Administrativo (analistas e afins)	96	96
Operacional	96	96
Outros (aprendizes, <i>trainees</i> e estagiários)	100	100

* Dados referentes a Renner e a Camicado.

As ações de educação corporativa são monitoradas por uma pesquisa de reação com os colaboradores no fim dos treinamentos, além de uma avaliação periódica do alinhamento dos programas à estratégia corporativa. Entre os principais indicadores gerenciados nesse processo estão o resultado do negócio, o número de promoções internas, o percentual de clientes encantados (entenda como funciona o Encantômetro no tópico Clientes neste capítulo), os resultados da pesquisa de clima, a evolução do nível de competência e o cumprimento de metas empresariais.

Cursos e treinamentos

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

Programa Boas-Vindas: apresenta ao novo colaborador as diretrizes estratégicas, a história da Lojas Renner e os fundamentos corporativos, bem como inclui visita a uma loja e

feedbacks mensais do gestor. Para o público executivo, o programa prevê vivência em loja de no mínimo duas semanas (para novos colaboradores que atuarão nas áreas administrativas) e acompanhamento periódico do RH e do gestor durante um período de 90 dias para assegurar a aderência do profissional à cultura e aos desafios da atividade que desempenhará.

Grupo de Alta Performance (GAP): focando as habilidades técnicas e comportamentais, prepara potenciais líderes para o Programa de Trainee de Supervisão por meio de treinamentos teóricos e práticos.

Cursos de autodesenvolvimento on-line: mais de 150 treinamentos virtuais de diversos temas para apoiar colaboradores e lideranças a traçar seu caminho de carreira.

Programa Magia Renner: treinamento comportamental com duração de 6 horas que dissemina a cultura e a estratégia de negócio, implementado há mais de 20 anos.

Nossa Rede: promove a imersão dos colaboradores no mundo da moda, trazendo as principais tendências do momento com linguagem de *blog*.

Educação e desenvolvimento de lideranças

A formação de lideranças tem como prioridade o desenvolvimento de competências para cada nível de atuação e é estratégica para o plano de sucessão (saiba mais no capítulo Governança Corporativa). Para isso, a Renner conta com um centro de excelência em educação corporativa no seu segmento de atuação, a Universidade Corporativa.

O Programa de Trainees é voltado aos níveis gerencial e de média liderança; tem o “aprender fazendo” como premissa e continua sendo objetivo importante. Promovido pela Companhia desde 1992, o programa passa por um momento de reestruturação para torná-lo ainda mais prático e com mais destaque em produto. Contempla cursos presenciais e virtuais, teóricos e práticos, além de um projeto com aplicação direta nas áreas de negócio. Em 2013, 228 novos líderes foram formados pelos Programas de Trainees de Gerência e Supervisão e 73% das posições gerenciais eram ocupadas por ex-trainees. Já os programas para liderança focam o desenvolvimento das competências e contribuem para a superação dos resultados esperados e o crescimento da Companhia.

GRI G4-LA9

PARTICIPANTES EM EDUCAÇÃO CONTINUADA E GESTÃO DE COMPETÊNCIAS*

	2013	2012	2011
Boas-Vindas	5.379	4.976	3.299
<i>Coaching</i>	27	68	-
Convenção de Líderes	419	398	388
Grupo de Alta Performance (GAP)	665	728	554
Magia Renner	11.929	9.082	9.161
MBA – Gestão em Varejo – <i>in company</i> (bolsas concedidas)	-	28	N.D.
Programa de Capacitação Virtual	13.163	14.712	14.850
Programa de Liderança	1.034	713	513
Programa de Sucessão	25	21	N.D.
Programa Rito de Passagem	1	7	N.D.
<i>Team building</i>	26	64	N.D.
<i>Trainee</i> de gerência	128	154	155
<i>Trainee</i> de supervisão	134	155	167
Treinamento em práticas anticorrupção (Código de Ética e Conduta)	5.995	6.026	10.123
Treinamento em práticas anticorrupção (prevenção à lavagem de dinheiro)	4.572	3.013	4.361
Treinamento em práticas anticorrupção (prevenção de perdas)	3.411	4.171	7.530

* Indicadores contemplam Renner (administração, CDs, escritório de crédito e cobrança e lojas).



PRESTON FIELD

INICIATIVAS DE APOIO À FORMAÇÃO DAS LIDERANÇAS

CONVENÇÃO DE LÍDERES

Encontro anual dos executivos para compartilhar resultados e desafios com duração de três dias

MBA GESTÃO DE VAREJO IN COMPANY

Realizado em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV) de São Paulo desde 2002

VIAGEM TÉCNICA COM O CEO

Direcionada a líderes com alto potencial a fim de ampliar o conhecimento sobre o varejo internacional

PROJETOS ESTRATÉGICOS

Executados pelos gestores com o acompanhamento direto de executivos seniores visando ao *networking* e à inovação

TRILHAS DE CARREIRA, ASSESSMENT, COACHING E JOB ROTATION

Relações e práticas trabalhistas

TRA13 | TRA16 | TRA20 | GRI G4-LA3 | G4-LA6 | G4-LA13

Na Lojas Renner, ações são constantemente implementadas a fim de valorizar o capital humano e intelectual, sempre com o objetivo de estimular um relacionamento com o público interno com base no respeito às leis trabalhistas e aos valores corporativos.

Remuneração e benefícios

TRA13 | GRI G4-EC5 | G4-LA2 | G4-LA13

A remuneração dos colaboradores é fundamentada em competências, o que garante o alinhamento do desenvolvimento do potencial e das entregas ao reconhecimento e à recompensa com meritocracia. A progressão salarial pode ocorrer tanto vertical quanto horizontalmente, dando mais oportunidades de crescimento e contribuindo para a retenção e a felicidade das pessoas.

Todos os colaboradores conhecem as políticas e práticas de remuneração durante sua integração e, em cada ciclo de avaliação de desempenho, o modelo de reconhecimento alicerçado em competências é reforçado. Anualmente, cada gestor considera, no planejamento orçamentário de receitas e despesas, a previsão salarial de sua equipe, sempre de acordo com premissas corporativas.

Para assegurar a equidade interna e externa, a Lojas Renner participa de pelo menos três pesquisas salariais anuais, comparando-se a outras empresas varejistas e aos segmentos industrial e de serviços. Esses estudos contribuem para a avaliação periódica da política de remuneração a fim de adequá-la a tendências e práticas de mercado.

INCENTIVOS DE REMUNERAÇÃO PARA ALINHAMENTO ESTRATÉGICO E RETENÇÃO DE PESSOAS

CURTO PRAZO

Prêmio Assiduidade: para colaboradores de loja, CDs e central de cobrança com 100% de presença no trabalho, distribuído mensalmente; Prêmio Meta: para colaboradores de loja, atrelado ao desempenho coletivo da unidade; Programa de Participação nos Resultados (PPR): para todos os colaboradores, apurado anualmente; e Plano Adicional: com base no alcance de metas específicas das lideranças.

LONGO PRAZO

Bônus Retenção de Talentos: para gerentes, atrelado aos resultados individuais; *Stock Options* (POCA) para executivos e administradores.

COMPLEMENTAM A REMUNERAÇÃO OFERECIDA AOS COLABORADORES DIVERSOS BENEFÍCIOS, QUE EXCEDEM AS EXIGÊNCIAS LEGAIS E CONSTITUEM UM DIFERENCIAL NA ATRAÇÃO E NA VALORIZAÇÃO DE PESSOAS.



PLANO DE SAÚDE

Cobertura de consultas, exames e hospitalização em uma rede de serviços de saúde altamente qualificada. É estendido aos filhos e, no caso de gerentes, inclui ainda o reembolso de consultas médicas com profissionais não credenciados à rede.



REFEIÇÃO

A maioria das unidades conta com um refeitório, subsidiado entre 80% e 90% pela Lojas Renner. Quando não há refeitório, o subsídio equivalente é fornecido por meio de parcerias com restaurantes próximos.

CARTÃO GOOD CARD

Todos os colaboradores podem obter o cartão de crédito multicompras e utilizá-lo em estabelecimentos conveniados com limite de compra de até 15% de seu salário-base, sem custo de adesão ou taxas.

SOCIEDADE ESPORTIVA RENNER (SER)

Por meio da associação de colaboradores, pode-se usufruir do plano odontológico (estendido aos dependentes legais) e de outros convênios, além de participar de ações recreativas, esportivas e culturais.

SEGURO DE VIDA

Adesão opcional, com desconto em folha.

AUXÍLIO-VESTUÁRIO

Desde 2012, líderes de loja podem usufruir do crédito de R\$ 1.000 por semestre para a aquisição de roupas da Renner com desconto de 50%.



DESCONTOS EM COMPRAS
De acordo com o tempo de trabalho na Renner, os colaboradores têm descontos entre **10% e 15%**

CONVÊNIO COM INSTITUIÇÕES DE ENSINO

Descontos para cursos superiores.

MBA GESTÃO DO VAREJO

Subsídio de 90% do curso de 516 horas-aula da FGV-SP.

CONVÊNIO CRECHE

Disponível em algumas regiões para assistência a filhos de colaboradoras.

ADICIONAL DE TRANSFERÊNCIA

Gerentes e trainees que são transferidos a outras unidades recebem uma ajuda de custo de até um salário para cobrir despesas relacionadas a essa mudança, como a compra de eletrodomésticos e móveis.

AUTOMÓVEL

Diretores e alta gerência recebem esse benefício em regime de comodato (se o veículo for para uso profissional) ou em espécie, quando a posição ocupada não requer a utilização de automóvel para o trabalho.

**Relação com sindicatos,
livre associação e acordos coletivos**

TRA13 | TRA20 | GRI G4-11 | G4-LA4 | G4-HR4

A Lojas Renner assegura a 100% de seus colaboradores o direito à livre associação e à cobertura por acordos de negociação coletiva, que são firmados entre as entidades sindicais dos colaboradores e patronal. A Companhia participa anualmente de mesas de negociação nas localidades onde tem o maior número de lojas e nas praças mais representativas. Uma vez firmadas e registradas no Ministério do Trabalho, as Convenções Coletivas de Trabalho (CCTs) são imediatamente aplicadas. Em todas as unidades, as determinações das CCTs são amplamente divulgadas a fim de que sejam fielmente cumpridas.

A dedicação para esse processo é intensa, pois os colaboradores são representados pelos sindicatos dos empregados do comércio distribuídos pelas diversas localidades. Em 2013, eram 97 sindicatos com relação à Renner, 22 para a Camicado e 9 para a Youcom.



Camicado

Canais de comunicação

Uma série de veículos de comunicação interna complementam-se para informar com clareza e transparência informações relevantes para o dia a dia dos colaboradores. Esses canais também contribuem para a valorização da cultura da Companhia e das pessoas e a promoção das oportunidades de crescimento interno.

Ponto de Partida (PP): reuniões periódicas entre líderes e colaboradores para alinhamento de trabalho, divulgação de metas e debate de assuntos relevantes. Ocorre diariamente nas lojas e semanalmente nas áreas administrativas.

Canal Renner: programa de TV mensal com duração de 15 a 20 minutos, apresentado por um colaborador e com uma mensagem da Diretoria.

Planeta Renner: revista interna mensal com dicas de moda, marcas da Renner, registro de eventos nas lojas, boas práticas, perfil das equipes e principais novidades da Companhia.

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

Líder@Renner: boletim eletrônico específico para a liderança para a divulgação eventual de assuntos estratégicos que devam ser compartilhados com as equipes.

Café com a Diretoria: encontro eventual de colaboradores (grupos de 15 pessoas sorteadas) para um bate-papo com um diretor da Lojas Renner sobre temas indicados pelos próprios colaboradores.

Palavra do Presidente: canal eletrônico exclusivo para a divulgação de assuntos diretamente da Presidência para todos os colaboradores.

Portal RH: ambiente on-line interno com informações sobre programas, valores e fundamentos corporativos, cursos on-line, divulgação de oportunidades internas e notícias da Renner, além da consulta individual de dados cadastrais dos colaboradores.

Para ouvir os colaboradores, os líderes da Companhia mantêm um ambiente aberto para elogios, sugestões, dúvidas e reclamações. Eles podem ainda contatar diretamente a área pelo Fale com o RH. Declarações sigilosas devem ser feitas pelos canais de denúncia (conheça-os no capítulo Modelo de Negócio).

Saúde e segurança

TRA16 | GRI G4-LA5 | G4-LA6 | G4-LA7 | G4-LA8

Iniciativas são promovidas para garantir a segurança e promover a saúde dos colaboradores da Lojas Renner, mesmo havendo baixo risco de doenças específicas pela própria natureza de negócio. As ações incluem treinamentos e eventos (veja as principais práticas no quadro da página 89), planejados de acordo com as necessidades e os riscos de cada unidade, mapeados no Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA). Esse conjunto de esforços assegura o cumprimento dos requisitos legais relacionados ao tema e não há cláusulas específicas sobre saúde e segurança nos acordos coletivos firmados com os sindicatos.

GRI G4-LA6

INDICADORES DE SAÚDE E SEGURANÇA POR GÊNERO¹

	2013			2012	2011
	Mulheres	Homens	Total	Total	Total
Colaboradores – número de acidentes com afastamento ²	31	11	42	28	33
Colaboradores – número de acidentes sem afastamento ³	4	2	6	3	3
Número de acidentes de trabalho por colaborador	0,002	0,001	0,003	0,002	0,003
Total de horas programadas de trabalho/ano⁴	23.300.000	9.400.000	32.700.000	28.112.000	34.465.000
Dias de trabalho perdidos ⁵	1.157	491	1.648	555	27.920
Taxa de dias perdidos (TDP)⁶	35,40	15,01	50,40	3,90	162,01
Índice de taxa de frequência de acidentes com afastamento ⁷	1,04	0,34	1,30	1,00	1,00
Índice de taxa de frequência de acidentes com/sem afastamento ⁸	1,07	0,40	1,50	0,10	0,10
Investimento na prevenção de acidentes por colaborador (R\$) ⁹	63,55	63,55	63,55	56,00	48,00
Taxa de frequência de doenças ocupacionais	0,000	0,000	0,000	0,000	2,031

1. Dados de 2013 consideram Renner, Camicado e Youcom e somente nesse ano passou a ser monitorado por gênero. Em relação aos dados de 2012 e 2011, foram consideradas Renner e Blue Steel. Não houve óbitos nas operações no período coberto pelo relatório. A taxa de absenteísmo na Renner, em 2013, foi de 0,0427. 2. Acidente com afastamento é aquele em que o colaborador não retorna às suas atividades até o dia seguinte de trabalho após a ocorrência. 3. Acidente sem afastamento é aquele em que o colaborador retorna ao trabalho no mesmo dia da ocorrência ou no primeiro dia de trabalho posterior. 4. Total de horas programadas: consideram-se 8 horas/dia x dias úteis previstos. 5. Em anos anteriores, foram relacionadas como doença ocupacionais as doenças comuns, ocasionando informação equivocada e elevando em demasia a quantidade de dias perdidos. Seguindo critério da Norma Brasileira (NBR) 14280, não constaram como acidentes de trabalho os acidentes de trajeto, condição que também não foi observada em anos anteriores. 6. TDP: considera o fator 1 milhão para cálculo conforme NBR 14280, em vez do fator 200.000 recomendado pela Global Reporting Initiative (GRI). A contagem dos dias perdidos é feita a partir do dia seguinte ao acidente. 7. Equivale ao número de acidentes com afastamento dividido por milhão de horas-homens trabalhadas (HHT). 8. Equivale ao número de acidentes com e sem afastamento dividido por milhão de HHT. 9. Investimento médio por colaborador. O investimento na prevenção de acidentes inclui todo o orçamento do departamento de Segurança do Trabalho e as despesas e os investimentos realizados pela área de Engenharia e de Manufatura para a garantia e/ou melhoria de condições de segurança ou conforto no trabalho. Não estão incluídos os gastos com treinamentos (ficam sob a responsabilidade da área de RH/Treinamento).



Renner

INVESTIMENTO NA PREVENÇÃO DE DOENÇAS POR COLABORADOR POR GÊNERO E REGIÃO EM 2013 (R\$)*
GRI G4-LA6

	Centro-Oeste	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Total por gênero
Homem	22.115,40	9.786,70	30.504,00	145.974,35	90.304,55	298.685,00
Mulher	54.398,80	26.373,25	83.314,05	337.323,40	238.948,00	740.357,50
Total	76.514,20	36.159,95	113.818,05	483.297,75	329.252,55	1.039.042,50

* Em 2012 foram investidos R\$ 787.136,00, equivalente a R\$ 56,00 por colaborador/ano. Já em 2011 foram investidos R\$ 683.616,00, equivalente a R\$ 48,00 por colaborador/ano.

NÚMERO DE COMUNICAÇÕES AO INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDADE SOCIAL SOBRE DOENÇAS OCUPACIONAIS EM 2013* GRI G4-LA6

	Centro-Oeste	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul	Total
Homem	2	1	1	6	3	13
Mulher	0	0	3	9	23	35
Total	2	1	4	15	26	48

* Em 2012, foram registradas 31 comunicações e, em 2011, foram 36. São considerados dados de Renner, Youcom e Camicado.

Cipas são formadas em todas as unidades elegíveis de acordo com a Norma Regulamentadora nº 05 da Portaria nº 3.124/78 do Ministério do Trabalho. Seus integrantes são indicados pela Companhia e eleitos por colaboradores. Em 2013, eles representavam 4,78% do total do quadro funcional.

GRI G4-LA6

INDICADORES DE SAÚDE E SEGURANÇA POR REGIÃO

	2013				
	Centro-Oeste	Norte	Nordeste	Sudeste	Sul
Colaboradores – número de acidentes com e sem afastamento ¹	2	1	4	15	26
Número de acidentes de trabalho por colaborador	0,001	0,001	0,002	0,001	0,004
Total de horas programadas de trabalho/ano²	2.408.000	1.138.000	3.582.000	15.210.000	10.362.000
Dias de trabalho perdidos	296	6	123	318	905
Taxa de dias perdidos (TDP)³	9,05	0,20	3,80	9,70	27,67
Índice de taxa de frequência de acidentes com afastamento ⁴	0,061	0,030	0,100	0,400	0,700
Índice de taxa de frequência de acidentes com/sem afastamento ⁵	0,061	0,030	0,100	0,500	0,790
Investimento na prevenção de acidentes por colaborador (R\$) ⁶	76.514,20	36.159,95	113.818,05	483.297,75	329.252,55
Taxa de frequência de doenças ocupacionais ⁷	0	0	0	0	0

1. Acidente com afastamento é aquele em que o colaborador não retorna às suas atividades até o dia de trabalho seguinte após a ocorrência. Acidente sem afastamento é aquele em que o colaborador retorna ao trabalho no mesmo dia da ocorrência ou no primeiro dia de trabalho após o acidente. 2. Total de horas programadas: consideram-se 8 horas/dia x dias úteis previstos. 3. TDP: pode ser considerado o fator 1 milhão para cálculo conforme NBR 14280, em vez do fator 200.000 recomendado pela GRI. A contagem dos dias perdidos é feita a partir do dia seguinte ao acidente. 4. Equivale ao número de acidentes com afastamento dividido por milhão de HHT. 5. Equivale ao número de acidentes com e sem afastamento dividido por milhão de HHT. 6. O investimento na prevenção de acidentes inclui todo o orçamento do Departamento de Segurança do Trabalho e as despesas e os investimentos realizados pela área de Engenharia e de Manufatura para a garantia e/ou melhoria de condições de segurança ou conforto no trabalho. Observação: não estão incluídos os gastos com treinamentos (ficam sob a responsabilidade da área de RH/Treinamento). 7. A taxa de absenteísmo na Renner, em 2013, foi de 0,0427.

BOAS PRÁTICAS PARA O TRABALHO SEGURO E SAUDÁVEL

- Treinamento de brigadistas
- Formação de Cipas e treinamento de seus integrantes
- Cursos virtuais sobre doenças coronárias, tabagismo, saúde postural e qualidade de vida
- SIPAT
- Exames periódicos
- Campanha de vacinação contra a gripe
- Palestras sobre temas que afetam a qualidade de vida (segurança no lar, saúde, planejamento financeiro etc.)

Fornecedores

<IR> Capital financeiro | Capital manufaturado
TR3 | TRAA12 | TRA20 | DMA GRI G4-12 | G4-EC9 | G4-EN27 | G4-EN28 | G4-EN32 | G4-EN33 | G4-LA14 | G4-LA15 | G4-HR2 | G4-HR4 | G4-HR5 | G4-HR6 | G4-HR8 | G4-HR9 | G4-HR10 | G4-HR11 | G4-S01 | G4-S02 | G4-S03 | G4-S04 | G4-S09 | G4-S010

A relação entre fornecedores e a Lojas Renner vai além da simples compra e venda de produtos, materiais e serviços. A Companhia estabelece com essas empresas relações de parceria, em que são compartilhados valores e princípios de atuação. A cada contrato assinado soma-se o Termo de Compromisso – Conduta Responsável, que formaliza a adesão do fornecedor ao Código de Conduta e Ética (conheça-o melhor no capítulo Modelo de Negócio). Entre outros compromissos expressos no Termo de Compromisso está o repúdio aos trabalhos infantil, forçado, análogo ao escravo ou em ambiente inseguro e a qualquer tipo de discriminação ou assédio.

A Política de Sustentabilidade, publicada em 2013, colabora para nortear diretrizes internas para esses relacionamentos. Em 2014, essas diretrizes serão comunicadas aos fornecedores a fim de colaborar com o alcance de metas que contemplam indicadores ambientais, alinhados a projetos e ações já estabelecidas ou em desenvolvimento (saiba mais no capítulo Modelo de Negócio).

Gestão de Fornecedores de Revenda (GFR)

GRI G4-4 | G4-HR4 | Capital organizacional

A área de Gestão de Fornecedores de Revenda (GFR) é responsável pelo processo de homologação dos fornecedores de revenda, no qual são contempladas etapas de análise de dados cadastrais, avaliação de amostras e auditorias até a elaboração do contrato comercial. Todas as etapas buscam avaliar os custos e a qualidade do produto a ser oferecido em loja, a capacidade produtiva do fornecedor, a conformidade de seus processos de fabricação e, principalmente, a adequação aos requisitos e às exigências contratuais estabelecidas pela Companhia.

O monitoramento e as avaliações periódicas dos fornecedores de revenda também são de responsabilidade da GFR, para o qual se destacam como principais formas de monitoramento e avaliação as auditorias de processo, de responsabilidade social (ABVTEX) e de subcontratados e o monitoramento do Indicador de Desempenho Global dos Fornecedores (IDGF). Todas essas avaliações permitem um melhor relacionamento com a cadeia produtiva.

O Manual de Fornecedores, lançado em 2012, contempla um capítulo específico sobre sustentabilidade, que apresenta boas práticas nesse âmbito. Atualmente, a Companhia não tem registros de impactos ambientais na cadeia de fornecedores. Para tratar desse tema, a Lojas Renner está desenvolvendo o projeto de monitoramento da cadeia de *jeans*, que tem o objetivo de desenvolver a cadeia de fornecedores de revenda de *jeans* dentro dos pilares da sustentabilidade. Um intenso esforço com fornecedores, por meio de entrevistas e visitas técnicas, identificou a atu-

al situação e os pontos críticos da cadeia. A partir desse diagnóstico, foi possível definir diretrizes de produção sustentável, identificar pontos a serem trabalhados e definir um plano de ação para melhorar o desempenho dos fornecedores de acordo com sua situação e condição. Na próxima etapa do projeto, serão desenvolvidos planos de ação de melhoria para implementação pelos fornecedores, com acompanhamento e apoio da Companhia.

Todos os fornecedores nacionais homologados são avaliados quanto às práticas trabalhistas relacionadas aos direitos humanos. A não adequação à legislação vigente ou às diretrizes da Companhia pode reprovar o fornecedor tanto nas auditorias de processo como na certificação de responsabilidade social (ABVTEX). Além disso, a Renner também aplica auditorias na cadeia de seus subcontratados.

A fim de mitigar riscos e buscar o desenvolvimento da cadeia de fornecedores, o Programa de Melhoria Contínua é uma das ações que ganhou força em 2013. Por meio de análises dos resultados de desempenho do IDGF, foram eleitas empresas para atuação conjunta visando à melhoria contínua de seus processos e produtos. Essas empresas foram suportadas em visitas mensais por uma equipe técnica da GFR, em um trabalho de parceria, consolidando cada vez mais os conceitos de sustentabilidade do negócio.

Outro importante avanço no período foi a consolidação da certificação da cadeia de fornecedores de vestuário no Programa ABVTEX. O trabalho foi iniciado em 2011 e concluído em 2013 com a certificação de 100% dos fornecedores e seus subcontratados. Esse programa

busca, por meio de auditorias, qualificar o fornecedor e sua cadeia nos âmbitos relacionados à legislação trabalhista (condições de trabalho, associação, discriminação, saúde e segurança e práticas trabalhistas e ambientais).

Ainda nesse ano foi estruturada uma equipe própria no estado de São Paulo com foco na realização de visitas orientadoras/consultivas aos fornecedores e seus subcontratados com o objetivo de educar os fornecedores e sua cadeia a desenvolver-se e trabalhar dentro dos requisitos Renner. Em 2013 essa equipe realizou 84 visitas.

A Companhia também manteve as atividades do Programa Crescendo Juntos, no qual, por meio de eventos presenciais, estimulou o envolvimento dos fornecedores em programas como os já mencionados, ABVTEX e IDGF. A todas essas ações somam-se as auditorias de processo e de subcontratados aplicáveis a fornecedores e sua cadeia produtiva, bem como o monitoramento mensal de fornecedores já relatados no relatório de 2012.

Na busca de uma relação aberta e transparente com sua cadeia de fornecedores, a GFR disponibiliza diversos canais de comunicação, como eventos presenciais e o Fale Conosco. Os canais são utilizados para elogios, reclamações e denúncias de casos de irregularidade. Todas essas situações são analisadas e tratadas pela área de responsabilidade. Em 2013, houve quatro casos de denúncia de irregularidades comprovadas na cadeia, os quais foram tratados e tiveram como reflexo o descredenciamento temporário das empresas no fornecimento para a Lojas Renner até sua regularização.

GESTÃO DE CONTRATOS DE FORNECEDORES (GFR)	2013	2012	2011
Total geral de fornecedores	551	636	616
Total de fornecedores locais	357	428	477
Percentual de fornecedores locais sobre total geral	65	67	77
Total de fornecedores no exterior	194	208	139
Percentual de fornecedores no exterior sobre total geral	35	33	23
Total de novos fornecedores selecionados sob critérios socioambientais	0	0	0
Total de novos fornecedores selecionados sob critérios de práticas trabalhistas	69	N.D.	N.D.
Total de fornecedores produtivos avaliados	297	305	242
Total de subcontratos produtivos auditados	909	299	240
Total de fornecedores produtivos auditados	267	280	242
Total de fornecedores avaliados pelo IDGF	30	25	0
Total de certificados pela ABVTEX (aprovados)	230	128	49
Total de fornecedores descredenciados	293	N.D.	N.D.

Em 2013, a carteira de fornecedores ativos foi reduzida, pois a Renner passou a exigir a certificação ABVTEX como requisito para firmar contrato de parceria. Tal certificação só é possível por meio de auditorias. O percentual de gastos com fornecedores locais também apresenta redução quando comparado aos últimos dois anos, decorrente da necessidade de busca por produtos não ofertados no Brasil.

GRI G4-EC9

GASTOS COM FORNECEDORES (GFR – R\$ MIL)*	2013	2012	2011
Total de fornecedores com os quais a Companhia se relaciona	551	636	616
Total de gastos com fornecedores locais	1.373.491,84	1.286.119,45	1.174.730,53
Percentual de gastos com fornecedores locais	75	77	81
Total de gastos com fornecedores no exterior	464.084,92	388.732,12	276.082,40
Percentual de gastos com fornecedores no exterior	25	23	19
Total de gastos com fornecedores	1.837.576,76	1.674.851,57	1.450.812,93

* Em 2012, a área de gestão de fornecedores alterou a conceituação de fornecedores locais para fornecedores de revenda nacionais. Esse conceito foi também utilizado no relatório de 2013. Foram considerados fornecedores locais aqueles situados em território nacional e fornecedores no exterior aqueles localizados fora do território brasileiro.

GRI G4-EC9

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO REGIONAL (GFR)

Percentual de fornecedores locais por região*	2013
Norte	1,5
Nordeste	3,7
Centro-Oeste	1,7
Sudeste	33,7
Sul	24,2
Exterior	35,2
Total	100,0

* O indicador começou a ser monitorado em 2013, por isso não há dados referentes a 2012 e 2011.

AUDITORIAS*

	2013	2012	2011
Investimentos significativos que incluem cláusulas referentes a direitos humanos – auditorias de processo (%)	62	142	171
Investimentos significativos que incluem cláusulas referentes a direitos humanos – auditorias de processo (%)	35	33	39
Investimentos significativos que incluem cláusulas referentes a direitos humanos – número de auditorias de responsabilidade social	205	138	71
Investimentos significativos que incluem cláusulas referentes a direitos humanos – auditorias de responsabilidade social (%)	100	67	31
Investimentos significativos que incluem cláusulas referentes a direitos humanos – número de auditorias de subcontratos em São Paulo	662	299	240
Investimentos significativos que incluem cláusulas referentes a direitos humanos – auditorias de subcontratos em São Paulo (%)	70	62	38
Fornecedores produtivos autoavaliados (%)	N.A.	N.A.	N.A.
Fornecedores produtivos auditados (%)	267	280	242

* Considerando somente fornecedores nacionais.

Como reflexo do incentivo à certificação ABVTEX, o número de auditorias de processo apresentou diminuição em 2013 uma vez que os fornecedores certificados foram isentos dessas auditorias. Em contrapartida, o aumento significativo no número de auditorias de responsabilidade social resultou na qualificação de 100% da cadeia de vestuário no Programa de Qualificação ABVTEX. Além disso, a instalação de equipe própria no estado de São Paulo levou ao maior número de auditorias em subcontratados.

CONTRATOS DE INVESTIMENTOS SOB CLÁUSULAS DE DIREITOS HUMANOS*

2013	2012	2011
560	787	814

* Considerando todos os fornecedores de materiais de revenda.

Gestão de Fornecedores

Administrativos (GFA) <IR> Capital organizacional

A área de Gestão de Fornecedores Administrativos (GFA) é responsável por todas as compras que não sejam para revenda de produtos. No último ano, as diretrizes da área foram formalizadas na Política do Departamento de Gestão de Fornecedores Administrativos. Entre as principais responsabilidades dessa equipe estão o planejamento anual de compras administrativas, a prospecção, homologação, gestão e avaliação desses fornecedores, a negociação de contratos e a gestão de riscos dessa cadeia. A seleção de fornecedores de não revenda segue critérios como competitividade, qualidade, sustentabilidade e alinhamento às exigências das Lojas Renner.

O processo de homologação é realizado de forma criteriosa e envolve análises de riscos fiscais, legais, financeiros e socioambientais. Uma vez contratado, o fornecedor é avaliado pelo Indicador de Desempenho Global de Fornecedores (IDGF), que reúne questões comerciais, técnicas, de relacionamento e de sustentabilidade. Periodicamente, essa avaliação é atualizada por meio de entrevistas e auditorias, que contribuem para a melhoria de processos.

Para os próximos 2 anos, a área planeja ampliar o número de fornecedores avaliados pelo IDGF, passando de 71 para 100, e também prevê o desenvolvimento de critérios mais aprofundados para avaliação socioambiental.

GESTÃO DE CONTRATOS DE FORNECEDORES (GFA)

	2013	2012	2011
Total geral de fornecedores	1.320	1.481	1.414
Total de fornecedores locais	1.316	1.480	0
Percentual de fornecedores locais sobre total geral	99,7	99,9	100,0
Total de fornecedores no exterior	4	1	-
Percentual de fornecedores no exterior sobre total geral	0,3	0,1	-
Total de novos fornecedores selecionados sob critérios socioambientais (%)	46	35	28
Total de novos fornecedores selecionados sob critérios de práticas trabalhistas (%)	46	35	28
Total de fornecedores produtivos avaliados	76	0	0
Total de fornecedores produtivos auditados	0	0	0
Total de fornecedores avaliados pelo IDGF	76	0	0
Total de certificados pela ABVTEX (aprovados)	16	0	0
Total de fornecedores descredenciados (contratos rescindidos)*	28	15	6

* Em 2013, a Lojas Renner recebeu uma denúncia, por meio do Fale Conosco, referente à violação das leis trabalhistas. Todas as documentações foram analisadas pela GFA, e os pedidos com o fornecedor foram suspensos até que a situação fosse resolvida.



A Gestão de Fornecedores Administrativos abre diversos canais de comunicação com os fornecedores. O principal deles é o Fale Conosco, por meio do qual a Companhia reúne reclamações e denúncias, que são analisadas e encaminhadas para a área responsável.

GRI G4-EC9

GASTOS COM FORNECEDORES (GFA – R\$ MIL)*	2013	2012	2011
Total de fornecedores com os quais a Companhia se relaciona	1.320	1.481	1.414
Total de gastos com fornecedores locais	649.001	617.337	455.417
Percentual de gastos com fornecedores locais	99,7	99,9	100,0
Total de gastos com fornecedores no exterior	1.700	700	-
Percentual de gastos com fornecedores no exterior	0,3	0,1	0,0
Total de gastos com fornecedores	649.003	617.338	455.417

* Compras efetuadas para Renner e Youcom não contemplam Camicado. Foram consideradas como fornecedor local empresas nacionais ou com sede/filial no Brasil. Cotação do dólar em compras com fornecedores estrangeiros: R\$ 2,35. Aquisições internacionais foram originadas da Itália e da China.

GRI G4-EC9

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO REGIONAL (GFA)

Percentual de fornecedores locais por região*	2013	2012	2011
Norte	3,1	2,1	1,1
Nordeste	8,0	7,0	3,6
Centro-Oeste	5,0	4,0	6,0
Sudeste	47,5	48,0	48,0
Sul	36,0	38,9	41,3
Exterior	0,4	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

* Foi considerada uma estimativa para o ano de 2013 no que se refere ao valor total gasto com fornecedores.



Sempre buscando o desenvolvimento das comunidades locais, determinados itens são importados pela Companhia somente quando não há oferta em território nacional ou esta encontra a melhor relação custo x benefício.



Resgate histórico

A Renner presenteou a cidade de Porto Alegre, nas comemorações do 240º aniversário do município, com a restauração do prédio que por anos abrigou a livraria do Globo, na Rua dos Andradas, marco histórico da capital gaúcha. O espaço de 3,2 mil m² recebeu um memorial e uma nova filial da Renner.

Com investimento de R\$ 10 milhões, o novo espaço conta a história da mais tradicional livraria do centro da cidade com um acervo de equipamentos, matrizes e obras, além de representar um marco para a empresa, com a abertura de uma nova unidade na região onde instalou sua primeira loja.

Governo e associações

TRA20 | GRI G4-16 | G4-S05 | G4-S06

A Lojas Renner é associada ao Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV) e à Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX). O IDV representa 37 empresas varejistas de diferentes setores e busca contribuir para o desenvolvimento sustentável da economia nacional e o varejo ético e formal. A relação com essa entidade remonta a 2004, quando José Galló, diretor presidente da Companhia, participou da fundação do Instituto.

Já na ABVTEX, a Lojas Renner conta com representantes no Comitê Gestor (com reuniões trimestrais) e em grupos de trabalho específicos (reuniões mensais). A entidade representa o segmento perante o governo, os demais setores da economia, as entidades de classe e o mercado em geral, além de promover a troca de experiência e o debate sobre temas relevantes entre as empresas da cadeia do varejo têxtil.

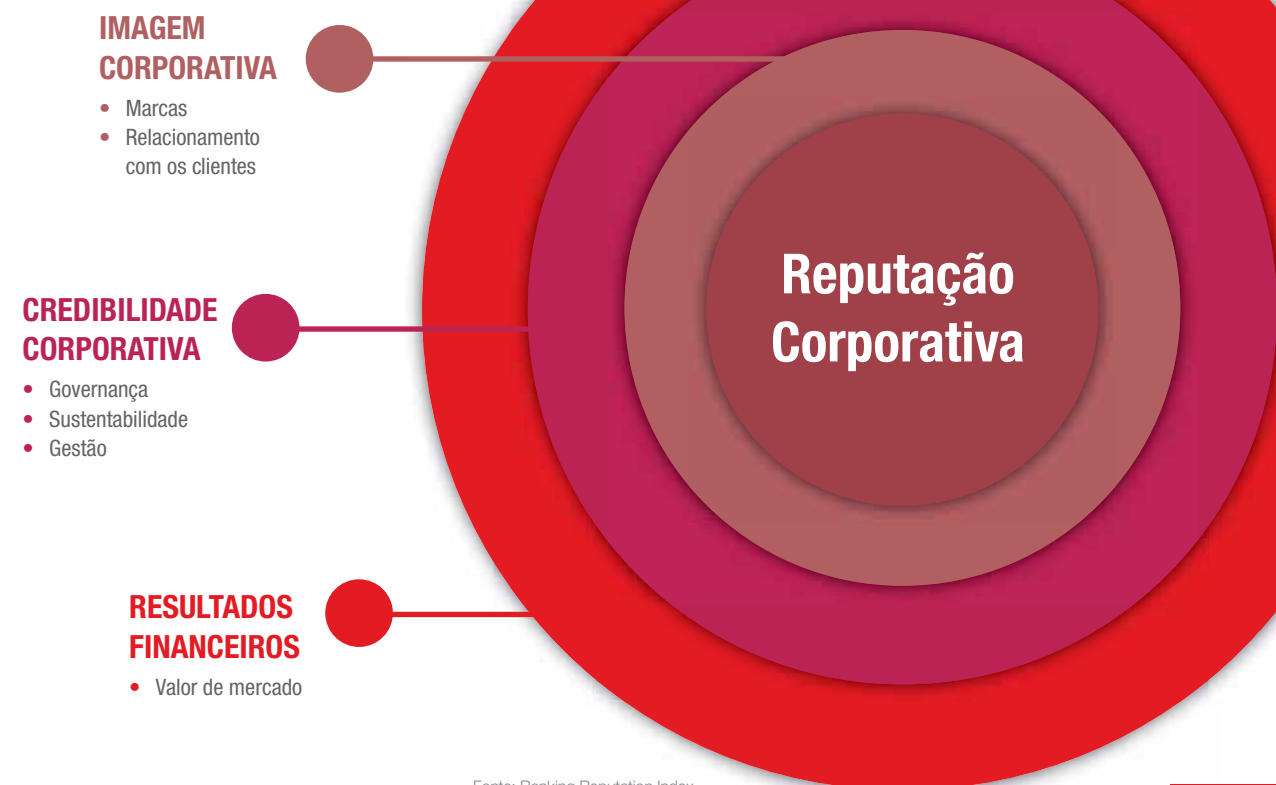
Imprensa e formadores de opinião

A Companhia acredita que o relacionamento com a imprensa é um das formas de preservar a transparência e a equidade na divulgação de informações para o mercado. Visto como um vetor importante na gestão da marca e da reputação, o relacionamento com a imprensa tem papel de destaque no Comitê de Crises (saiba mais no item Gestão de riscos do capítulo Modelo de Negócios).

Desde 2005, quando a Lojas Renner entrou no Novo Mercado da BM&FBovespa como a primeira companhia no país a ter seu capital pulverizado e 100% das ações em circulação, o relacionamento com a imprensa foi intensificado como parte da estratégia de gestão. Uma equipe mantém um canal permanente e aberto aos jornalistas para esclarecer dúvidas, atender a solicitações de entrevistas e comunicar resultados e estratégias corporativas.

Diariamente, são recebidas demandas dos veículos de comunicação de todo o país, como esclarecimento de dúvidas e pedidos de entrevistas. Essas demandas são analisadas e respondidas individualmente, com fundamento em critérios que estão em linha com o planejamento estratégico. A Renner também mantém um fluxo contínuo de envios de pautas, comunicando resultados alcançados, lançamento de coleções, campanhas comerciais, expansão do número de lojas, contratações, avanços em sustentabilidade e responsabilidade social, entre outros temas.

A fim de transmitir consistência e confiança ao público impactado pela imprensa, a Companhia estabeleceu uma política de porta-vozes, que autoriza apenas os diretores e gerentes-gerais a se posicionar publicamente em nome da empresa ou autorizar que outro colaborador o faça.



Fonte: Ranking Reputation Index.

Meio ambiente

Gestão de materiais e de resíduos TR3 | TR6 | TR7 | GRI G4-EN27 | G4-EN31 | Capital natural | Capital intelectual | Capital organizacional

Insumos e materiais administrativos

A eficiência no uso de recursos é foco de atuação da Lojas Renner por meio de projetos que reduzam não só o volume de materiais mas também simplifiquem processos. Uma iniciativa diferenciada em 2013 foi a troca das etiquetas rígidas das peças vendidas nas lojas para as de tipo *label*, descartáveis. Os benefícios são inúmeros, tanto do ponto de vista ambiental quanto de processo.

Isso porque as novas etiquetas não precisam ser retiradas pelos operadores de loja, devolvidas ao CD e reutilizadas pelo fornecedor. Elas são diretamente costuradas nas peças, poupando tempo dos colaboradores e contribuindo para a melhor exposição dos produtos na loja (sem o peso das etiquetas alarmadas). Os clientes também foram beneficiados com maior conforto para experimentar as peças e com a maior agilidade na operação dos caixas, reduzindo o tempo de espera nas filas.

Reutilizar materiais também é um bom caminho para o uso consciente. E nesse quesito a Renner já tem experiência, pois aproveita materiais promocionais de eventos na confecção de peças exclusivas. Em 2013, a principal ação foi na confecção de material de divulgação dos itens-chave das coleções Verão e Final de Ano. A lona utilizada no Planeta Atlântida, festival de música que percorre o litoral sul do Brasil, foi transformada em bolsas e *nécessaires*. Os itens foram encaminhados às equipes de redação de 20 das mais influentes revistas de moda.

A produção dessas peças também foi diferenciada, por meio de uma empresa que foca a reutilização de materiais e a geração de renda para mulheres em situação de risco ou vulnerabilidade social. Internas da Penitenciária Feminina Madre Pelletier em regime semiaberto ou domiciliar ou em liberdade condicional trabalharam na confecção da trama com artesãs da grande Porto Alegre.

GRI G4-EN1 | G4-EN2

MATERIAIS USADOS PELA RENNER (EM UNIDADES, EXCETO QUANDO INDICADO)¹

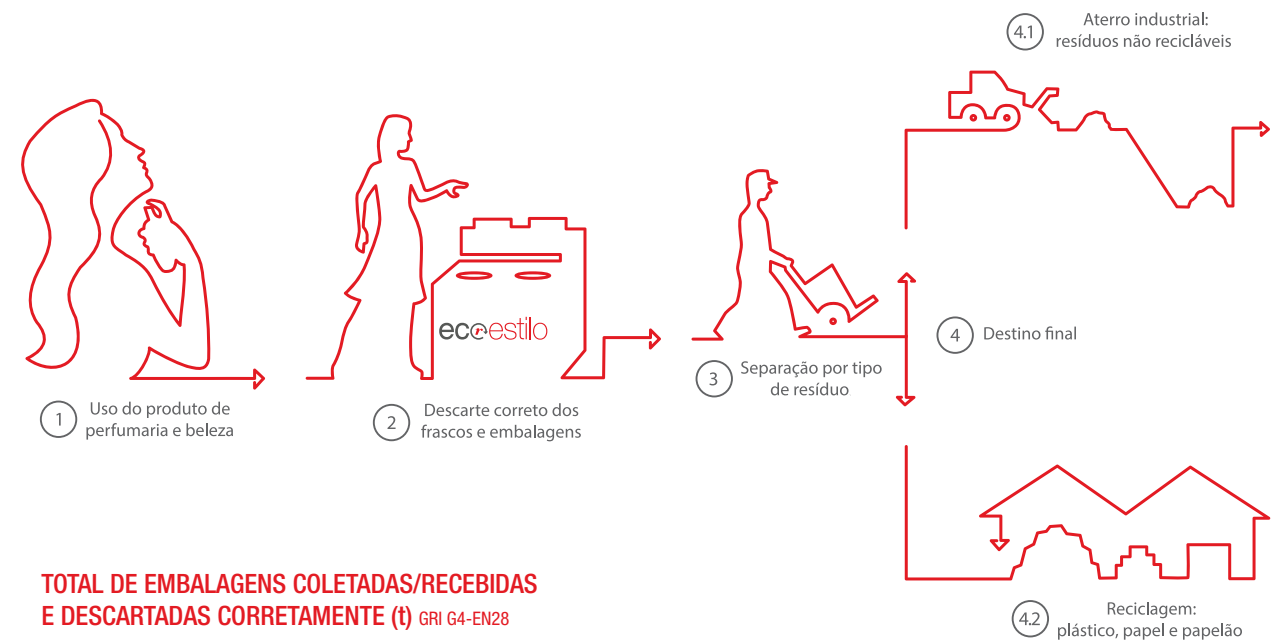
	2013	2012	2011
Papel A4 (t) ²	0,45	1,00	0,32
Papel em catálogos (t) ³	415	2.389	678
Alarmes disponíveis ⁴	N.A.	43.697.351	N.D.
Cabides disponíveis e utilizados (todos os tipos)	35.269.752	30.734.102	20.975.018
Copos plásticos	1.141.000	963.500	400.300
Embalagens de papel	330.000	71.000	N.D.
Mala direta	7.626.119	8.200.000	5.720.000
Sacolas plásticas biodegradáveis	752.500	1.414.500	1.188.500
Sacolas plásticas oxibiodegradáveis	33.580.000	29.547.000	38.640.000
<i>Toners</i> usados e coletados ⁵	1.331	1.450	1.698

1. Considera dados da Renner. Todos os números históricos foram recalculados.
2. Aproximadamente 90% reciclado FSC.
3. Cem por cento fonte FSC.
4. A nova etiqueta de alarme substituiu os alarmes de plástico utilizados anteriormente, que por sua vez eram reutilizados.
5. Cem por cento dos *toners* usados são coletados pelo fornecedor para reutilização (cláusula de contrato).

Programa Gestão de Resíduos Sólidos TR3 | TR9 | GRI G4-EN2 | G4-EN27 | G4-EN28

A gestão estruturada de resíduos é realidade na Renner desde 2010, quando foi implementado o Programa de Gestão de Resíduos Sólidos (PGRS). Com base no princípio de responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos, o PGRS define procedimentos e critérios para coletar, transportar e destinar resíduos de todas as lojas da empresa. Desde 2011, o Programa passou a incluir o Projeto EcoEstilo, com foco no descarte adequado de resíduos de perfumaria e beleza, sejam da Renner ou não (veja como funciona no diagrama).

Saiba como funciona o EcoEstilo



TOTAL DE EMBALAGENS COLETADAS/RECEBIDAS E DESCARTADAS CORRETAMENTE (t) GRI G4-EN28

	2013	2012	2011
	15,77	9,12	4,61

Em 2014, a Renner iniciará o trabalho de desenvolvimento de fornecedores para a gestão de Resíduos da Construção Civil (RCC). Dessa forma, a empresa pretende reduzir o desperdício e o volume dos RCC gerados, reutilizando os materiais que não precisam de transformação e reciclando os resíduos para serem utilizados em outros projetos. Nos próximos anos, a Renner pretende intensificar esse trabalho, pois entende que é preciso conscientizar todos os envolvidos no processo de construção sobre a importância da preservação da natureza.

No âmbito do PGRS, a Renner criou um prêmio interno para o reconhecimento das lojas mais engajadas no programa. Os objetivos traçados não foram plenamente atendidos e, por isso, a empresa intensificará a conscientização dos colaboradores por meio das comissões de 5S das lojas, criando o Senso de Sustentabilidade.

As informações sobre a geração de resíduos no EcoEstilo, bem como todas as informações de geração de resíduos da Renner, são geridas pelas empresas terceirizadas que atendem aos CDs. Os resíduos são enviados pelas lojas para os CDs e lá a contratada realiza a triagem e a destinação final adequada dos resíduos de acordo com suas características e composição. No fim de cada mês, a Renner recebe uma prestação de contas com as quantidades geradas e seus destinos, comprovadas por documentação dos receptores no caso de envio a aterros.

Dos resíduos descartados, registrou-se aumento significativo das lâmpadas fluorescentes, o que elevou os custos da Renner na gestão de resíduos. Para reverter esse cenário, a empresa está firmando parcerias com fornecedores desse material que permitirão uma redução de custos no descarte da ordem de 30%.



GRI G4-EN23

GESTÃO DE RESÍDUOS – POR TIPO E MÉTODO DE DISPOSIÇÃO (t)

RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS	Disposição	2013	2012	2011
Papel/papelão (t)	Reciclagem	672,77	618,81	634,30
Plástico (t)	Reciclagem	125,22	151,64	134,36
Sucata metálica (t)	Reciclagem	-	2,65	3,78
Resíduo tecnológico (t) ¹	Reciclagem	5,10	7,22	11,38
Outros resíduos não perigosos (t) ²	Reciclagem/Aterro	207,68	237,77	78,61
EcoEstilo (t)	Aterro industrial	15,77	9,12	4,61
Sucatas diversas (m ³) ³	Reciclagem/Aterro	605,00	610,00	135,00
Total de resíduos não perigosos gerados (t)		1.026,53	1.027,21	867,04

1. Os resíduos tecnológicos são enviados para empresas contratadas, que fazem o reaproveitamento e/ou a reciclagem desses materiais e o descarte correto dos resíduos que não são reaproveitados. 2. Material de *merchandising*, imobilizados, manequins e calçados sem par. 3. Madeiras, *pallets*, entulhos e resíduo orgânico; a Renner não tem dados em toneladas para esse tipo de resíduo.

GRI G4-EN23

RESÍDUOS PERIGOSOS ¹	Disposição	2013	2012	2011
Pilhas e baterias (t)	Aterro industrial	5,91	4,12	4,85
Lâmpadas fluorescentes (unidade) ²	Descontaminação e reciclagem	89.556	44.729	26.629
Outros resíduos perigosos (t) ³	Aterro industrial	-	4,12	N.D.

1. Não estão contabilizados os resíduos da Camicado, pois ela integra o programa de gestão de resíduos dos *shoppings* onde está inserida. O PGRS ainda não foi implantado na Camicado. 2. As lâmpadas são destinadas por unidade para a empresa que faz a descontaminação e a reciclagem. Portanto, é mais correto informar as unidades descartadas do que o peso (que anteriormente era estimado e não levava em consideração modelos diferentes de lâmpadas). 3. Resíduos contaminados que não podem ser reciclados.

Uso racional da água

GRI G4-EN8 | G4-EN9 | G4-EN10 | G4-EN22 | G4-EN24 | G4-EN26

Todo o abastecimento é realizado por empresas de abastecimento público, assim como 100% do descarte é feito pela rede de esgoto pública. Sendo assim, não há impacto da Lojas Renner sobre a biodiversidade de corpos d'água e *habitats* por drenagem, retirada e descarte de água. A Companhia conta com processo de reaproveitamento de água da chuva para uso nas descargas dos banheiros da sede administrativa, além de manter iniciativas de engajamento para consumo consciente e implantar torneiras de fechamento automático para economia do consumo em suas unidades.

Eficiência energética e emissões de gases de efeito estufa

Consumo de energia elétrica e combustíveis

GRI G4-EN3 | G4-EN4 | G4-EN5 | G4-EN6 | G4-EN7

A reforma de lojas e a inauguração de novas unidades levaram a um maior consumo de energia pela Renner em 2013. Na avaliação do consumo energético por metro quadrado de loja, alcançou-se a média de 245,76 kWh/m².

GRI G4-EN3 | G4-EN4 | G4-EN5

CONSUMO DE ENERGIA (GJ)¹

	2013	2012	2011
Consumo de energia elétrica ²	499.620	460.854	443.020
Consumo de óleo diesel nos geradores	1.322,47	826,90	751,70
Total de consumo de energia direta + indireta	500.942,47	461.680,90	443.771,70
Percentual de energia renovável ³	13,68	3,28	N.D.

1. Considera dados da Renner. 2. A taxa de intensidade energética é de 0,8848 GJ/m² e o indicador começou a ser monitorado em 2013. 3. Sabendo que a energia no Brasil vem de diferentes fontes que se misturam na rede de distribuição, o percentual de energia de fonte renovável considerado pela Companhia é aquele comprado por meio do Mercado Livre de Energia, que atende atualmente 26 lojas.

Inventário de emissões

TR8 | TR3 | GRI G4-EN15 | G4-EN16 | G4-EN17 | G4-EN18 | G4-EN19 | G4-EN20 | G4-EN21

Com o compromisso de apurar e divulgar anualmente o inventário de emissões de gases de efeito estufa, buscando a contínua melhoria desse indicador e fortalecendo a transparência na divulgação dessas informações, a Lojas Renner passou a publicar em 2010 o seu inventário, disponibilizando-o na plataforma do Programa Brasileiro GHG Protocol. E não parou por aí: a Companhia passou a integrar a carteira do Índice de Carbono Eficiente (ICO2) da BM&FBovespa e a responder ao questionário de avaliação do Carbon Disclosure Project (CDP).

Todos esses esforços contribuem para a gestão e a redução das emissões e dos ganhos em produtividade. O relato público do inventário contribuiu para a listagem na carteira específica da BM&FBovespa, o que valoriza as ações e facilita a percepção de valor pelos acionistas. Já a participação no levantamento com o CDP inclui *feedbacks* da entidade, que

contribuem para a elaboração de planos de melhoria, além de mostrar se a Companhia está atendendo ou não às expectativas dos investidores em relação ao tema.

Em 2013, a Lojas Renner subiu mais um degrau dessa escada: neutralizou as emissões de Escopo 1 do ano de 2012, totalizando 1.092 tCO₂e. A neutralização de emissões ocorre por meio do apoio direto a projetos ambientais certificados. Nesse caso, a Companhia investiu em um projeto de biodigestores em fazendas de criação de suínos na região Sul do país. Essa técnica permite o adequado tratamento de resíduos e evita a emissão de gases causadores de efeito estufa, que são utilizados para a geração de energia.

O inventário das emissões de gases de efeito estufa da Lojas Renner em 2013 será concluído em maio.



As informações serão atualizadas e publicadas em www.relatorio.lojasrenner.com.br.



INSTITUTO
LOJAS
RENNER

Comunidades – Instituto Lojas Renner

TR5 | TR6 | TRA17 | TR18 | TRA20 | DMA GRI G4-EC7 | G4-EC8 | G4-S02 | G4-S05

Promover a inserção de mulheres no mercado de trabalho por meio de projetos de geração de renda é o objetivo do Instituto Lojas Renner, fundado em 2008. Essa proposta evidencia o compromisso da Companhia de ser cúmplice da mulher moderna e está diretamente relacionada à meta 3 da Declaração do Milênio das Nações Unidas: promover a igualdade entre os gêneros e o empoderamento das mulheres.

Também são direcionados investimento e atenção à formação de jovens e ao desenvolvimento de comunidades. Nessas frentes, merece destaque o envolvimento dos próprios colaboradores para ministrar cursos ou atuar como voluntários em ações locais.

Os projetos são financiados por meio de incentivos fiscais, recursos próprios e arrecadados por meio da Campanha Mais Eu (saiba mais na página 105). Em 2013, o Instituto Lojas Renner priorizou, na seleção dos projetos, a qualidade e a relevância deles para a sociedade, assim como sua pertinência para os negócios da Companhia.

Entre as metas para 2014 estão a ampliação do edital Mais Eu, a internalização e abertura do edital da Rede Parceria Social e a adoção de indicadores de impacto dos projetos selecionados pelo edital de 2013.

Conheça melhor o Instituto Lojas Renner e suas iniciativas em www.institutolojasrenner.org.br.



GRI G4-EC7

INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO (R\$)	2013	2012	2011
Geração de emprego e renda para mulheres	311.396,94	1.617.404,14	1.535.546,86
Edital Mais Eu	162.139,40	909.826,20	892.546,86
Escola de Costura	149.257,54	106.200,00	103.000,00
Edital Rede Parceria Social – Empreendedorismo e Geração de Renda para Mulheres ¹	0,00	601.377,94	540.000,00
Formação de jovens	702.735,96	393.874,45	268.800,00
Projeto Pescar	60.000,00	268.800,00	268.800,00
Escola de Varejo	642.735,96	125.074,45	N.D.
Desenvolvimento de comunidades	2.205.000,00	2.776.798,13	2.052.825,42
Esporte ²	370.000,00	230.000,00	960.000,00
Cultura ²	155.000,00	140.000,00	260.000,00
Criança e adolescente	680.000,00	760.000,00	540.000,00
Idoso	730.000,00	800.000,00	N.D.
Bom Jesus	50.000,00	N.D.	N.D.
Edital Rede Parceria Social – Combate à Pobreza (FMS) ³	220.000,00	N.D.	N.D.
Edital Rede Parceria Social – Terceira Idade ¹	0,00	N.D.	N.D.
Edital Rede Bom Jesus ¹	0,00	846.798,13	292.825,42
Total (a)	3.219.132,90	4.788.076,72	3.857.172,28
Cultura ⁴	2.807.050,00	3.249.958,00	1.942.904,00
Esporte ⁴	360.000,00	N.D.	N.D.
Ajuda humanitária	N.D.	N.D.	307.684,00
Doação de roupas ⁵	5.109.207,84	7.848.577,50	8.123.539,00
Total (b)	8.276.257,84	11.098.535,50	10.374.127,00
Total geral dos investimentos (a+b)	11.495.390,74	15.886.612,22	14.231.299,28

1. Os projetos foram planejados para iniciar em 2013, mas não houve tempo hábil para finalizar a documentação necessária com o governo. O investimento total previsto é de R\$ 1.800.000,00. 2. Investimentos em cultura e esporte gerenciados pelo Instituto Lojas Renner. 3. Esse edital foi apresentado e gerenciado pela Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho, e o Instituto Lojas Renner foi um dos parceiros envolvidos. 4. Investimentos em cultura e esporte gerenciados pelo Marketing Corporativo da Lojas Renner. 5. Doação de roupas em inaugurações da Lojas Renner em novas praças para os governos dos estados do Rio Grande do Sul, de Santa Catarina e de São Paulo.

GRI G4-EC7 | G4-EC8

ATUAÇÃO DO INSTITUTO LOJAS RENNER*	2013	2012	2011
Investimentos realizados (R\$)	3.219.132,90	4.788.076,72	3.857.171,28
Beneficiados	23.602	38.101	16.234
Número de projetos	61	97	89

* Os valores acima não contabilizam os investimentos em cultura, esporte e ajuda humanitária, geridos pelo Marketing Corporativo da Companhia.

Geração de emprego e renda para mulheres

Empregabilidade e geração de renda para mulheres são foco principal de diversas ações do Instituto Lojas Renner. Uma das formas de atuação é por meio do apoio a projetos de geração de renda e emprego por intermédio de editais anuais. Entidades em todo o país podem inscrever seus projetos e aquelas que têm o recurso aprovado são acompanhadas de visitas periódicas de colaboradores do Instituto. Além disso, a execução financeira e as atividades do projeto são periodicamente relatadas pelas entidades. Tanto na seleção quanto no acompanhamento dos projetos, as organizações são submetidas a perguntas vinculadas à comunidade por meio de modelos de apresentação e relatório. Em 2013, foram continuados alguns dos projetos de 2012 e iniciadas sete novas parcerias.

O Instituto também integra a Rede Parceria Social, iniciativa do Governo do Estado do Rio Grande do Sul que, juntamente com empresas privadas e entidades organizadas da sociedade civil, tem por objetivo facilitar o apoio a projetos sociais voltados para a inclusão e a

promoção social no estado. Parte dos recursos pode ser deduzida do ICMS devido pelas companhias em acordo com a Lei da Solidariedade (Lei nº 11.853). Em 2013, o Instituto iniciou o planejamento de um novo edital para projetos de empreendedorismo e geração de renda para mulheres, cuja execução está prevista para 2014.

Outro programa em destaque é a Escola de Costura, que aproxima a atuação do Instituto ao negócio da Lojas Renner ao oferecer capacitações em costura industrial em parceria com fornecedores de revenda, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) e outras entidades locais. A criação de turmas leva em consideração a necessidade de mão de obra do fornecedor parceiro visando à empregabilidade das alunas pelo próprio fornecedor. Desde sua criação, em 2011, já capacitou mais de mil mulheres em temas como manuseio de máquinas e equipamentos de costura, normas técnicas e saúde e segurança no trabalho. Do total de beneficiárias, cerca de 70% foram contratadas por fornecedores da Companhia.

MAIS em
VISTA ESSA CAUSA.

Nos quatro dias posteriores ao Dia dos Pais, 5% das vendas líquidas são destinadas ao Instituto Lojas Renner para investimento em projetos sociais. Em 2013, a arrecadação foi 11% superior à do ano anterior, atingindo o montante de R\$ 1.455.379,65. Desde sua criação, em 2008, a campanha já arrecadou mais de R\$ 6 milhões, beneficiando mais de 8 mil mulheres por meio de 230 projetos.



Projetos sociais apoiados pelo Instituto Lojas Renner.

GRI G4-EC7 | G4-EC8

INVESTIMENTO EM PROJETOS DE GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA PARA MULHERES*

	2013	2012	2011
Total de investimentos	311.396,94	1.617.404,14	1.535.545,86
Total de mulheres beneficiadas	755	3.382	3.733
Número de projetos	10	58	50

* A grande diferença existente entre os valores declarados em 2012 e 2013 deve-se à mudança na forma de acompanhar os indicadores. Em 2012, foram relatados os valores totais dos projetos, porém, parte desse recurso (aproximadamente R\$ 600 mil) foi gasto em 2013.

Formação de jovens

O segundo público prioritário do Instituto é alvo de duas iniciativas de amplo sucesso: a Escola de Varejo e o Projeto Pescar. No primeiro caso, a Lojas Renner oferece cursos gratuitos nas áreas de logística e atendimento ao cliente, contribuindo para o ingresso de jovens no mercado de trabalho e fomentando a economia local. Realizada desde 2012, a iniciativa conta com a atuação voluntária dos próprios colaboradores, que ministram parte dos cursos. Em 2013, o programa consolidou-se com 13 turmas em diversos estados do Brasil.

No Projeto Pescar, a Companhia atua como mantenedora da Fundação Projeto Pescar, que há mais de 30 anos promove a empregabilidade de jovens ao oferecer cursos profissionalizantes. Além disso, mantém uma unidade de formação de jovens em atendimento ao cliente na sua sede administrativa em Porto Alegre. Nesse projeto, os colaboradores da Renner são convidados a participar como voluntários e são responsáveis por grande parte das disciplinas do programa. Desde 2008 foram investidos aproximadamente R\$ 1,7 milhão na formação de 629 jovens.

GRI G4-EC7 | G4-EC8

FORMAÇÃO DE JOVENS

	2013	2012	2011
Total de investimentos (R\$)*	702.735,96	393.874,45	268.800,00
Jovens beneficiados	285	50	139
Número de projetos	14	4	6
Empregabilidade de jovens (%)	92	90	85

* O valor de 2012 está diferente do relatado no Relatório Anual de Sustentabilidade 2012; nesse valor estão contemplados o Projeto Pescar e a turma piloto da Escola de Varejo. O valor divulgado no Relatório Anual de Sustentabilidade 2012 contemplava somente o Pescar.

Desenvolvimento das comunidades GRI G4-S02

O Instituto estimula colaboradores, fornecedores e demais parceiros a se envolver em projetos de responsabilidade social para que todos possam crescer juntos. Um exemplo é a Rede Bom Jesus. A premissa dessa ação é o diálogo aberto e constante com a comunidade do entorno da sede administrativa em Porto Alegre. Escutar com disposição e interesse as demandas locais foi o primeiro passo para empreender ações com real impacto no dia a dia dessas pessoas, abrangendo aspectos como educação, esportes e empregabilidade.

Outra realidade cotidiana é o voluntariado corporativo, estimulado em especial pelos programas de formação de jovens. O espírito colaborativo é incentivado por campanhas de sensibilização, cursos presenciais e on-line e apoio direto da Companhia, que permite a utilização de até quatro horas de trabalho mensais do colaborador para atividades voluntárias e, sempre que possível, disponibiliza salas e materiais de apoio para a realização dessas ações.

O Instituto apoia ainda projetos voltados para crianças, adolescentes e idosos, além de iniciativas sociais nas áreas de esporte e cultura, utilizando recursos oriundos de incentivo fiscal da Companhia (dedução do Imposto de Renda pelo Fundo da Criança e do Adolescente, Fundo do Idoso, Lei de Incentivo ao Esporte e Lei de Incentivo à Cultura). Em 2013, o montante investido nesses projetos chegou perto de R\$ 2 milhões. A Lojas Renner foi parceira do edital de Combate à Pobreza, gerenciado pela Fundação Maurício Sirotsky com apoio da Inter American Foundation, que favoreceu projetos em regiões vulneráveis do Rio Grande do Sul.

No âmbito do Programa Rede Parceria Social (RS), iniciou-se o planejamento de um edital voltado para a terceira idade, cuja execução está prevista para 2014. Outra iniciativa, que visa ao auxílio a organizações sociais que atuam em comunidades em situação de vulnerabilidade, é a doação de roupas. Por meio de parcerias com os Governos Estaduais do Rio Grande do Sul, de Santa Catarina e de São Paulo, foram doados mais de R\$ 5 milhões em roupas ao longo de 2013.

GRI G4-EC7 | G4-EC8

DESENVOLVIMENTO DE COMUNIDADES

	2013	2012	2011
Total de investimentos (R\$)	2.205.000,00	2.776.798,13	2.052.825,42
Total de beneficiados	22.562	N.D.	N.D.
Total de projetos	37	51	52

Perspectivas para 2014

O Instituto Lojas Renner pretende manter seu portfólio de projetos em 2014, buscando aumentar o número de beneficiários e garantir o impacto social das ações desenvolvidas. Em complemento, os editais previstos no âmbito do Programa Rede Parceria Social reunirão recursos da ordem de R\$ 1,75 milhão.

A efetividade das iniciativas apoiadas também será ampliada pelo aperfeiçoamento da gestão e pela mensuração de indicadores de resultado e impacto dos projetos. Esse acompanhamento, que vem sendo feito manualmente – envolvendo planilhas e registros de documentos em papel e fotográficos –, será otimizado a partir de meados de 2014 com a implantação de um *software* para gerenciamento de projetos sociais. Por meio do site do Instituto, as entidades terão acesso a uma área exclusiva, na qual prestarão contas da execução financeira e registrarão informações e cópias digitalizadas de documentos.

A implantação dessa plataforma, que foi iniciada em 2013 e receberá investimentos de aproximadamente R\$ 190 mil, tem como objetivo fortalecer a transparência e a agilidade na prestação de contas e no repasse de incentivos, além de reduzir custos envolvidos nesse processo (impressão, papel, correios etc.), provenientes de recursos próprios da Companhia.

Sobre o Relatório

TRA20 | DMA GRI G4-47 | G4-48

Este documento apresenta pela primeira vez, de forma integrada, informações sobre a atuação e o desempenho da Lojas Renner em sustentabilidade e uma ampla gama de dados sobre sua presença e gestão. Anteriormente, esses conteúdos eram apresentados separadamente no Relatório Anual de Sustentabilidade e no Perfil Institucional. Essa evolução para o relato coordenado de informações ao mercado reforça o compromisso da Companhia com a transparência na prestação de contas.

As informações contempladas no Relatório Anual 2013 estão relacionadas às atividades no período entre 1º de janeiro e 31 de dezembro desse ano. O documento foi aprovado por todos os diretores da Lojas Renner e pelo presidente do Comitê de Sustentabilidade da Companhia. A prática de divulgação das informações já faz parte da gestão dos negócios e complementa as demais formas de engajamento com os *stakeholders* (descritas detalhadamente no capítulo Relacionamento com os Públicos). **GRI G4-28 | G4-29 | G4-30**

Pelo quarto ano consecutivo, a Companhia segue as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), sendo que nesse ano passou a adotar a recém-divulgada versão G4 e fez seu relato de acordo com a opção abrangente.

Devido à transição da versão G3.1 para a G4, os indicadores trarão em sua maioria menções sobre as mudanças de escopo, reformulações, metodologia de coleta e cálculos em relação ao relatório anterior ao longo do conteúdo, quando existirem. **GRI G4-22 | G4-23**

Também são utilizadas como forma de criação de valor para a Companhia as orientações sobre melhores práticas de divulgação de informações ao mercado, entre elas os Pronunciamentos nºs 13 e 14 do Comitê de Orientação para Divulgação de Informações ao Mercado (CODIM) e os critérios da Associação Brasileira de Companhias Abertas (Abrasca), bem como as diretrizes do *framework* proposto pelo International Integrated Reporting Council (IIRC).

As informações socioambientais ainda não passaram por verificação externa, tendo sido auditadas apenas as informações econômico-financeiras das demonstrações financeiras anexas. A elaboração desse relatório é coordenada pela Gerência de Sustentabilidade da Companhia, que está à disposição para oferecer esclarecimentos e receber sugestões. Para entrar em contato, utilize o e-mail relatorio@lojasrenner.com.br ou o telefone +55 (51) 3272-2577. **GRI G4-31 | G4-32 | G4-3**

Processo de definição do conteúdo do relatório

GRI G4-18 | G4-19 | G4-20 | G4-21 | G4-25 | G4-26 | G4-27 | G4-37

A fim de definir os temas relevantes para este relatório e para seu planejamento estratégico, a Lojas Renner realizou o Painel de Sustentabilidade em outubro de 2013. Esse processo público de consulta, realizado apenas eletronicamente, envolveu todos os seus públicos de interesse: acionistas, investidores e analistas de mercado, clientes, colaboradores, fornecedores (de revenda e administrativos), imprensa e formadores de opinião, governo e associações, comunidade, organizações sociais e aquelas voltadas às questões ambientais. **GRI G4-24**

Essa consulta seguiu a metodologia proposta pela Global Reporting Initiative nas Diretrizes G4 para Relato de Sustentabilidade e teve base no levantamento de temas com base nos indicadores do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da BM&FBovespa, levando em conta ainda a iniciativa *Relate ou Explique* proposta por essa entidade (veja o passo a passo do teste de materialidade).

PASSO A PASSO DO TESTE DE MATERIALIDADE



Inicialmente, a Lojas Renner definiu 24 temas nas dimensões econômico-financeira, ambiental e mudanças climáticas, social e governança corporativa.



Em seguida, as diversas áreas foram envolvidas para indicar e contatar representantes dos diferentes públicos de interesse.



Cada um deles recebeu por e-mail um convite para participar do teste de materialidade, respondendo um questionário on-line de priorização dos 24 temas propostos.



Os dados dos 243 questionários respondidos foram tabulados e analisados para compor o eixo Y da matriz.



Paralelamente, 12 executivos da alta liderança da Companhia foram consultados para que se pudessem definir o eixo X da matriz.

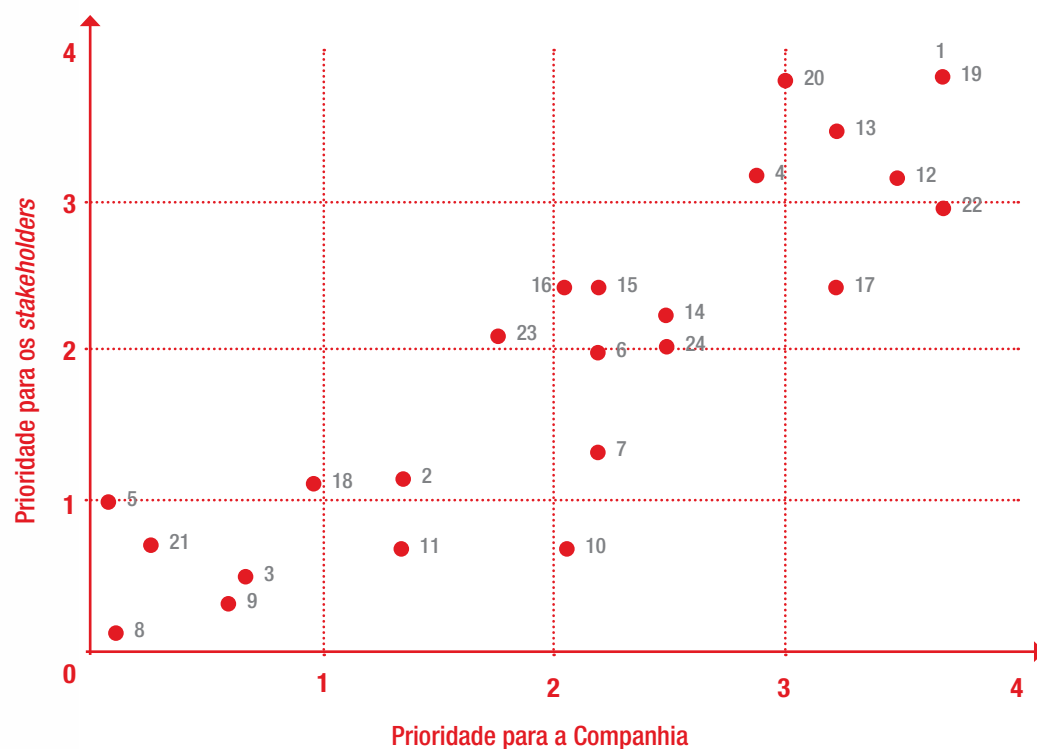


O cruzamento das avaliações dos públicos de interesse e da alta liderança resultou na matriz de materialidade de 2013 da Companhia.



Como resultado, a Companhia obteve a matriz de materialidade apresentada a seguir e priorizou o relato dos temas de alta e altíssima relevância. Ao longo dos capítulos, esses temas estão sinalizados como TR (tema relevante), TRA (tema de alta relevância) e TRAA (tema de altíssima relevância).

Matriz de Materialidade de 2013 da Lojas Renner



	TEMAS	Grau de relevância
1	Desempenho econômico: valor econômico gerado e distribuído pela Companhia	Altíssima
12	Cadeia de fornecedores: desenvolvimento de uma cadeia de fornecedores que preserve o meio ambiente e seja socialmente responsável e economicamente saudável	Altíssima
13	Relações e práticas trabalhistas: remuneração, benefícios, jornada de trabalho, respeito aos acordos coletivos e livre associação	Altíssima
19	Conduta ética e transparente: conduta ética e transparente na gestão dos negócios da Companhia	Altíssima
4	Presença de mercado: plano de expansão da Companhia – exemplo: aquisição e/ou abertura de novas lojas e/ou reforma das já existentes	Alta
20	Relacionamento com os públicos: qualidade do relacionamento com clientes, colaboradores, fornecedores, acionistas, comunidade e governo	Alta
22	Plano de sucessão de líderes: sucessão de líderes que também considere a qualificação e experiência profissional relacionada à sustentabilidade	Alta
14	Diversidade e igualdade de oportunidades: compromisso com a valorização da diversidade de gênero, raça, idade, credo, orientação sexual e ideias; e promoção da empregabilidade de pessoas com deficiência	Alta
15	Desenvolvimento e educação: atividades de educação e desenvolvimento que ampliem as competências e as oportunidades de crescimento profissional e valorizem os colaboradores	Alta
16	Saúde e segurança: definição de programas e práticas de segurança e saúde para os colaboradores, fornecedores e clientes	Alta
17	Direitos humanos: erradicação dos trabalhos infantil, escravo, forçado ou compulsório e erradicação da exploração sexual de crianças e adolescentes	Alta
24	Canais de comunicação: canais e meios para que os acionistas, investidores e analistas enviem perguntas e recomendações para a Diretoria para Conselho de Administração antes das Assembleias da Companhia	Alta
6	Desenvolvimento sustentável: planejamento estratégico a fim de promover o crescimento econômico em equilíbrio com o meio ambiente e a sociedade	Baixa
7	Políticas e diretrizes socioambientais: definição de políticas e diretrizes corporativas de sustentabilidade com a criação de indicadores, referência mínima de desempenho e metas	Baixa
10	Eficiência energética: aplicação de tecnologias e processos que visem à eficiência energética das instalações	Baixa
23	Remuneração da alta administração: pagamento de remuneração variável relacionada ao atingimento de metas socioambientais da Companhia	Baixa
2	Ativos intangíveis: gestão dos ativos intangíveis e processo para geração de valores futuros para a Companhia	Baixíssima
3	Riscos e oportunidades socioambientais: processos e procedimentos implementados para gestão de oportunidades corporativas que considere aspectos socioambientais	Baixíssima
5	Impactos econômicos indiretos: investimento em infraestrutura e nos serviços oferecidos, principalmente para benefício público	Baixíssima
8	Emissões de gases de efeito estufa: gestão das emissões de gases de efeito estufa, realização do inventário de emissões e mitigação/neutralização das emissões a partir de projetos próprios e/ou parcerias comerciais	Baixíssima
9	Resíduos sólidos: gestão dos resíduos sólidos gerados, aplicação da logística reversa e incentivo à reciclagem	Baixíssima
11	Produtos e serviços sustentáveis: desenvolvimento de produtos e serviços que adotem práticas de sustentabilidade – exemplo: coleção de roupas com algodão orgânico	Baixíssima
18	Investimento social: investimento no desenvolvimento de comunidades onde a Companhia está presente	Baixíssima
21	Compromissos voluntários e iniciativas globais: adoção de pactos e participação ativa em uma agenda local/nacional de desenvolvimento	Baixíssima

Índice Remissivo

INDICADORES DE PERFIL

ESTRATÉGIA E ANÁLISE

			Págs. RA	Pacto Global
--	--	--	----------	--------------

G4-1	Essencial	Apresente uma declaração do principal tomador de decisão da organização (por exemplo: diretor-presidente, presidente do conselho de administração ou cargo equivalente) sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia de sustentabilidade.	4	
-------------	------------------	---	---	--

G4-2	Abrangente	Apresente uma descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades. A organização deve apresentar duas seções narrativas concisas sobre os principais impactos, riscos e oportunidades. A primeira seção deve focar os principais impactos da organização sobre a sustentabilidade e seus efeitos para os <i>stakeholders</i> , inclusive os direitos previstos na legislação nacional e as normas internacionalmente reconhecidas que sejam relevantes. Nesse processo, toda a gama de expectativas e interesses razoáveis dos <i>stakeholders</i> da organização deve ser levada em conta.	4, 39, 52	
-------------	-------------------	---	-----------	--

PERFIL ORGANIZACIONAL

			Págs. RA	Pacto Global
--	--	--	----------	--------------

G4-3	Essencial	Relate o nome da organização.	7	
-------------	------------------	-------------------------------	---	--

G4-4	Essencial	Relate os principais produtos, marcas e serviços.	41, 42, 47, 48, 50, 90	
-------------	------------------	---	------------------------	--

G4-5	Essencial	Relate a localização da sede da organização.	7	
-------------	------------------	--	---	--

G4-6	Essencial	Relate o número de países onde a organização opera e os nomes dos países onde as suas principais operações estão localizadas ou que são especialmente relevantes para os tópicos de sustentabilidade abordados no relatório.	11, 41, 42, 47, 48, 50	
-------------	------------------	--	------------------------	--

G4-7	Essencial	Relate a natureza da propriedade e a forma jurídica da organização.	7, 41, 42, 47, 48, 50	
-------------	------------------	---	-----------------------	--

G4-8	Essencial	Relate os mercados em que a organização atua (com discriminação geográfica, setores abrangidos e tipos de clientes e beneficiários).	11, 13, 41, 42, 47, 48, 50	
-------------	------------------	--	----------------------------	--

G4-9	Essencial	Relate o porte da organização.	54, 74	
-------------	------------------	--------------------------------	--------	--

G4-10	Essencial	Relate o número total de empregados discriminados por contrato de trabalho e gênero.	74	
--------------	------------------	--	----	--

G4-11	Essencial	Relate o percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva.	86	1 e 3
--------------	------------------	---	----	-------

G4-12	Essencial	Descreva a cadeia de fornecedores da organização.	90	
--------------	------------------	---	----	--

G4-13	Essencial	Relate quaisquer mudanças significativas ocorridas no decorrer do período coberto pelo relatório em relação a porte, estrutura, participação acionária ou cadeia de fornecedores da organização.	28	
--------------	------------------	--	----	--

G4-14	Essencial	Relate se e como a organização adota a abordagem ou o princípio da precaução.	25, 71	7
--------------	------------------	---	--------	---

G4-15	Essencial	Liste as cartas, os princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa.	61	
--------------	------------------	--	----	--

G4-16	Essencial	Liste a participação em associações (por exemplo: associações setoriais) e organizações nacionais ou internacionais de defesa em que a organização faça parte de forma ativa.	96	
--------------	------------------	---	----	--

ASPECTOS MATERIAIS IDENTIFICADOS E LIMITES			Págs. RA	Pacto Global
G4-17	Essencial	Liste todas as entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas ou os documentos equivalentes da organização cobertos ou não pelo relatório.	41	
G4-18	Essencial	Explique o processo adotado para definir o conteúdo do relatório e os limites dos aspectos.	111	
G4-19	Essencial	Liste todos os aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório.	111	
G4-20	Essencial	Para cada aspecto material, relate o limite do aspecto dentro da organização.	111	
G4-21	Essencial	Para cada aspecto material, relate seu limite fora da organização da seguinte maneira: - Se o aspecto é material fora da organização. - Se o aspecto for material fora da organização, identifique as entidades, os grupos de entidades ou os elementos para os quais o aspecto é material. Além disso, descreva a localização geográfica onde o aspecto é material para as entidades identificadas. - Qualquer limitação específica relacionada ao limite do aspecto fora da organização.	111	
G4-22	Essencial	Relate o efeito de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para essas reformulações.	110, 111	
G4-23	Essencial	Relate alterações significativas em relação a períodos cobertos por relatórios anteriores em Escopo e Limites do Aspecto.	110, 111	

ENGAJAMENTO DE <i>STAKEHOLDERS</i>			Págs. RA	Pacto Global
G4-24	Essencial	Apresente uma lista de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização.	61, 62, 111	
G4-25	Essencial	Relate a base usada para a identificação e a seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento.	61, 62, 111	
G4-26	Essencial	Relate a abordagem adotada pela organização para engajar <i>stakeholders</i> , inclusive a frequência do seu engajamento discriminada por tipo e grupo, com uma indicação de que algum engajamento foi especificamente promovido como parte do processo de preparação do relatório.	61, 62, 111	
G4-27	Essencial	Relate os principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento de <i>stakeholders</i> e as medidas adotadas pela organização para abordar esses tópicos e preocupações, inclusive no processo de relatá-las. Relate os grupos de <i>stakeholders</i> que levantaram cada uma das questões e preocupações mencionadas.	61, 62, 63, 111	

PERFIL DO RELATÓRIO			Págs. RA	Pacto Global
G4-28	Essencial	Período coberto pelo relatório (por exemplo: ano fiscal ou civil) para as informações apresentadas.	110	
G4-29	Essencial	Data do relatório mais recente (se houver).	110	
G4-30	Essencial	Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal etc.).	110	
G4-31	Essencial	Informe o ponto de contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo.	110	
G4-32	Essencial	Relate a opção de acordo (essencial ou abrangente) escolhida pela organização.	110	
G4-33	Essencial	Relate a política e a prática correntes adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa.	110	

GOVERNANÇA			Págs. RA	Pacto Global
G4-34	Essencial	Relate a estrutura de governança da organização, incluindo os comitês do mais alto órgão de governança. Identifique quaisquer comitês responsáveis pelo assessoramento do conselho na tomada de decisões que tenham impactos econômicos, ambientais e sociais.	14	
G4-35	Abrangente	Relate o processo usado para a delegação de autoridade sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais pelo mais alto órgão de governança para executivos seniores e outros empregados.	36	
G4-36	Abrangente	Relate se a organização designou um ou mais cargos e funções de nível executivo como responsáveis pelos tópicos econômicos, ambientais e sociais e se esses responsáveis se dirigem diretamente ao mais alto órgão de governança.	36	
G4-37	Abrangente	Relate os processos de consulta usados entre os <i>stakeholders</i> e o mais alto órgão de governança em relação aos tópicos econômicos, ambientais e sociais. Se a consulta for delegada a outros órgãos, estruturas ou pessoas, indique a quem e quaisquer processos existentes de <i>feedback</i> para o mais alto órgão de governança.	11, 63	

GOVERNANÇA			Págs. RA	Pacto Global
G4-38	Abrangente	Relate a composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês.	14	
G4-39	Abrangente	Relate se o presidente do mais alto órgão de governança é também um diretor-executivo (e, nesse caso, sua função na gestão da organização e as razões para esse acúmulo).	14	
G4-40	Abrangente	Relate os processos de seleção e nomeação para o mais alto órgão de governança e seus comitês, bem como os critérios adotados para selecionar e nomear os membros do mais alto órgão de governança.	15	
G4-41	Abrangente	Relate os processos usados pelo mais alto órgão de governança para garantir a prevenção e a administração de conflitos de interesse. Relate se conflitos de interesse são divulgados aos <i>stakeholders</i> .	25, 33, 34, 35	
G4-42	Abrangente	Relate os papéis desempenhados pelo mais alto órgão de governança e pelos executivos seniores no desenvolvimento, na aprovação e atualização do propósito, na declaração de missão, visão e valores e na definição de estratégias, políticas e metas relacionadas a impactos econômicos, ambientais e sociais da organização.	15, 16, 17, 19, 34	
G4-43	Abrangente	Relate as medidas tomadas para desenvolver e aprimorar o conhecimento do mais alto órgão de governança sobre tópicos econômicos, ambientais e sociais.	21	
G4-44	Abrangente	Relate os processos de avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança no que diz respeito à governança de tópicos econômicos, ambientais e sociais. Relate se essa avaliação é independente ou não e com que frequência ela é realizada. Relate se essa avaliação é uma autoavaliação.	16, 17, 19, 21	
G4-45	Abrangente	Relate o papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na identificação e gestão de impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais. Mencione o papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na implementação de processos de <i>due diligence</i> .	15, 16, 17, 19, 36, 63	
G4-46	Abrangente	Relate o papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na análise da eficácia dos processos de gestão de risco da organização para tópicos econômicos, ambientais e sociais.	16, 17, 19, 38	
G4-47	Abrangente	Relate com que frequência o mais alto órgão de governança analisa impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais.	16, 17, 19, 36, 38, 110	
G4-48	Abrangente	Relate o órgão ou o cargo de mais alto nível que analisa e aprova formalmente o relatório de sustentabilidade da organização e garante que todos os aspectos materiais sejam abordados.	16, 17, 19, 110	
G4-49	Abrangente	Relate o processo adotado para comunicar preocupações críticas ao mais alto órgão de governança.	13, 25, 33, 35	
G4-50	Abrangente	Relate a natureza e o número total de preocupações críticas comunicadas ao mais alto órgão de governança e o(s) mecanismo(s) adotado(s) para abordá-las e resolvê-las.	13, 33	

G4-51	Abrangente	Relate as políticas de remuneração aplicadas ao mais alto órgão de governança e a executivos seniores para os seguintes tipos de remuneração: <input checked="" type="checkbox"/> Salário fixo e remuneração variável: <input type="checkbox"/> Remuneração baseada no desempenho <input type="checkbox"/> Remuneração baseada em ações (ações ou opções de ações) <input type="checkbox"/> Bônus <input type="checkbox"/> Ações exercíveis ou diferidas <input checked="" type="checkbox"/> Bônus de atração ou pagamentos de incentivos ao recrutamento <input checked="" type="checkbox"/> Pagamentos de rescisão <input checked="" type="checkbox"/> <i>Clawbacks</i> <input checked="" type="checkbox"/> Benefícios de aposentadoria, inclusive a diferença entre plano de benefícios e taxas de contribuições para o mais alto órgão de governança, altos executivos e todos os demais empregados Relate como os critérios de desempenho da política de remuneração aplicam-se aos objetivos econômicos, ambientais e sociais do mais alto órgão de governança e executivos seniores.	22	
--------------	-------------------	---	----	--

GOVERNANÇA			Págs. RA	Pacto Global
G4-52	Abrangente	Relate o processo adotado para a determinação da remuneração. Relate se consultores de remuneração são envolvidos na determinação de remunerações e se eles são independentes da administração. Relate quaisquer outras relações entre os consultores de remuneração e a organização.	22	
G4-53	Abrangente	Relate como opiniões dos <i>stakeholders</i> são solicitadas e levadas em conta em relação à questão da remuneração, incluindo os resultados de votações sobre políticas e propostas de remuneração, se aplicável.	22, 25, 33, 35	
G4-54	Abrangente	Relate a proporção entre a remuneração anual total do indivíduo mais bem pago da organização em cada país onde a organização tem operações significativas e a remuneração média anual total de todos os empregados (excluindo o mais bem pago) no mesmo país.	22	
G4-55	Abrangente	Relate a proporção entre o aumento percentual da remuneração total anual do indivíduo mais bem pago da organização em cada país onde tenha operações significativas e o aumento percentual médio da remuneração anual total de todos os empregados (excluindo o mais bem pago) no mesmo país.	14	

ÉTICA E INTEGRIDADE			Págs. RA	Pacto Global
G4-56	Essencial	Descreva os valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética.	7, 12, 25, 33, 34, 36	
G4-57	Abrangente	Relate os mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação, como canais de relacionamento (por exemplo: ouvidoria).	25, 33, 35	
G4-58	Abrangente	Relate os mecanismos internos e externos adotados pela organização para comunicar preocupações em torno de comportamentos não éticos ou incompatíveis com a legislação e as questões relacionadas à integridade organizacional, como encaminhamento de preocupações pelas vias hierárquicas, mecanismos para denúncias de irregularidades ou canais de denúncias.	25, 33, 35	

INDICADORES DE DESEMPENHO ECONÔMICO

FORMA DE GESTÃO

ASPECTO: DESEMPENHO ECONÔMICO

			Págs. RA	Pacto Global
G4-EC1		Valor econômico direto gerado e distribuído.	52, 53, 59	
G4-EC2		Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização em decorrência de mudanças climáticas.	25, 28, 31, 32, 41, 52, 54	7 e 8
G4-EC3		Cobertura das obrigações previstas no plano de pensão de benefício definido da organização.	22	
G4-EC4		Assistência financeira recebida do governo.	28, 54	

ASPECTO: PRESENÇA NO MERCADO

			Págs. RA	Pacto Global
G4-EC5		Variação da proporção do salário mais baixo, discriminado por gênero, comparado ao salário-mínimo local em unidades operacionais importantes.	84	
G4-EC6		Proporção de membros da alta direção contratados na comunidade local em unidades operacionais importantes.	Não há	

ASPECTO: IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS

			Págs. RA	Pacto Global
G4-EC7		Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos.	103-109	
G4-EC8		Impactos econômicos indiretos significativos, inclusive a extensão dos impactos.	103-109	

ASPECTO: PRÁTICAS DE COMPRA

			Págs. RA	Pacto Global
G4-EC9		Proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes.	25, 33, 90, 92, 93, 95	

INDICADORES DE DESEMPENHO AMBIENTAL

FORMA DE GESTÃO

ASPECTO: MATERIAIS

			Págs. RA	Pacto Global
G4-EN1		Materiais usados discriminados por peso ou volume.	98	8
G4-EN2		Percentual de materiais usados provenientes de reciclagem.	98	8 e 9

ASPECTO: ENERGIA

			Págs. RA	Pacto Global
G4-EN3		Consumo de energia dentro da organização.	102	8
G4-EN4		Consumo de energia fora da organização.	102	
G4-EN5		Intensidade energética.	102	
G4-EN6		Redução do consumo de energia.	102	8 e 9
G4-EN7		Reduções nos requisitos de energia relacionados a produtos e serviços.	102	8 e 9

ASPECTO: ÁGUA

			Págs. RA	Pacto Global
G4-EN8		Total de retirada de água por fonte.	101	8
G4-EN9		Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água.	101	
G4-EN10		Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada.	101	8 e 9

ASPECTO: BIODIVERSIDADE

			Págs. RA	Pacto Global
G4-EN11		Unidades operacionais próprias, arrendadas ou administradas dentro ou nas adjacências de áreas protegidas e de alto valor para a biodiversidade situadas fora das áreas protegidas.		As operações da Lojas Renner não causam impactos na biodiversidade. Ela não apresenta nenhuma medida, plano ou ações sobre esse tema. Nenhuma unidade da Companhia encontra-se em unidades de conservação ou áreas de preservação permanente.
G4-EN12		Descrição de impactos significativos de atividades, produtos e serviços sobre a biodiversidade em áreas protegidas e de alto valor para a biodiversidade situadas fora de áreas protegidas.		Não há.
G4-EN13		<i>Habitats</i> protegidos ou restaurados.		Não aplicável. 8
G4-EN14		Número total de espécies incluídas na Lista Vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com <i>habitats</i> situados em áreas afetadas por operações da organização discriminadas por nível de risco de extinção.		Não aplicável.

ASPECTO: EMISSÕES

			Págs. RA	Pacto Global
G4-EN15		Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (escopo 1).	102	8
G4-EN16		Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia (escopo 2).	102	8
G4-EN17		Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (escopo 3).	102	8
G4-EN18		Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE).	102	
G4-EN19		Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE).	102	8 e 9
G4-EN20		Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO).	102	
G4-EN21		Emissões de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas.	102	

ASPECTO: EFLUENTES E RESÍDUOS

			Págs. RA	Pacto Global
G4-EN22		Descarte total de água discriminado por qualidade e destinação.	101	8
G4-EN23		Peso total de resíduos discriminado por tipo e método de disposição.	100	8
G4-EN24		Número total e volume de vazamentos significativos.	101	

G4-EN25		Peso de resíduos transportados, importados, exportados ou tratados considerados perigosos nos termos da Convenção da Basileia – Anexos I, II, III e VIII – e percentual de resíduos transportados internacionalmente.	101	
----------------	--	---	-----	--

G4-EN26		Identificação, tamanho, <i>status</i> de proteção e valor da biodiversidade de corpos d'água e <i>habitats</i> relacionados, significativamente afetados por descartes e drenagem de água realizados pela organização.	101	
----------------	--	--	-----	--

ASPECTO: PRODUTOS E SERVIÇOS**Págs. RA Pacto Global**

G4-EN27	Extensão da mitigação de impactos ambientais de produtos e serviços.	90, 98, 99	8 e 9
G4-EN28	Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos discriminado por categoria de produtos.	90, 99	

ASPECTO: CONFORMIDADE

G4-EN29	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias aplicadas em decorrência da não conformidade com leis e regulamentos ambientais.	25	8
----------------	--	----	---

ASPECTO: TRANSPORTES

G4-EN30	Impactos ambientais significativos decorrentes do transporte de produtos e outros bens e materiais usados nas operações da organização, bem como do transporte de seus empregados.	25	8
----------------	--	----	---

ASPECTO: GERAL

G4-EN31	Total de investimentos e gastos com proteção ambiental discriminado por tipo.	28, 32, 54, 98	8
----------------	---	----------------	---

ASPECTO: AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES

G4-EN32	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais.	90	
----------------	---	----	--

G4-EN33	Impactos ambientais negativos significativos reais e potenciais na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito.	90	
----------------	--	----	--

ASPECTO: MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELACIONADAS A IMPACTOS AMBIENTAIS

G4-EN34	Número de queixas e reclamações relacionadas a impactos ambientais protocoladas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal.	Não houve.	
----------------	---	------------	--

INDICADORES DE DESEMPENHO REFERENTES A PRÁTICAS TRABALHISTAS E TRABALHO DECENTE**FORMA DE GESTÃO** **Págs. RA Pacto Global****ASPECTO: EMPREGO**

G4-LA1	Número total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade por faixa etária, gênero e região.	74	6
---------------	--	----	---

G4-LA2	Benefícios concedidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período discriminados por unidades operacionais importantes da organização.	84, 85	6
---------------	---	--------	---

G4-LA3	Taxas de retorno ao trabalho e retenção após licença-maternidade/paternidade discriminadas por gênero.	84	
---------------	--	----	--

ASPECTO: RELAÇÕES TRABALHISTAS

G4-LA4	Prazo mínimo de notificação sobre mudanças operacionais e se elas são especificadas em acordos de negociação coletiva.	86	3
---------------	--	----	---

ASPECTO: SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO

G4-LA5	Percentual da força de trabalho representada em comitês formais de saúde e segurança, compostos por empregados de diferentes níveis hierárquicos, que ajudam a monitorar e orientar programas de saúde e segurança no trabalho.	87	
---------------	---	----	--

G4-LA6	Tipos e taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e número de óbitos relacionados ao trabalho discriminados por região e gênero.	84, 87, 88, 89	
---------------	--	----------------	--

G4-LA7	Empregados com alta incidência ou alto risco de doenças relacionadas à sua ocupação.	87	
---------------	--	----	--

G4-LA8	Tópicos relativos a saúde e segurança cobertos por acordos formais com sindicatos.	87	
---------------	--	----	--

ASPECTO: TREINAMENTO E EDUCAÇÃO**Págs. RA Pacto Global**

G4-LA9	Número médio de horas de treinamento por ano, por empregado, discriminado por gênero e categoria funcional.	81, 83	
---------------	---	--------	--

G4-LA10	Programas de gestão de competências e aprendizagem contínua que contribuem para a continuidade da empregabilidade dos funcionários em período de preparação para a aposentadoria.	81	
----------------	---	----	--

G4-LA11	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira discriminado por gênero e categoria funcional.	81, 82	
----------------	--	--------	--

ASPECTO: DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

G4-LA12	Composição dos grupos responsáveis pela governança e pela discriminação de empregados por categoria funcional de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade.	79	1 e 6
----------------	---	----	-------

ASPECTO: IGUALDADE DE REMUNERAÇÃO ENTRE MULHERES E HOMENS

G4-LA13	Razão matemática do salário e da remuneração entre mulheres e homens discriminada por categoria funcional e unidades operacionais relevantes.	74-76, 80, 84	1 e 6
----------------	---	---------------	-------

ASPECTO: AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM PRÁTICAS TRABALHISTAS

G4-LA14	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a práticas trabalhistas.	90	
----------------	--	----	--

G4-LA15	Impactos negativos significativos reais e potenciais para as práticas trabalhistas na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito.	90	
----------------	---	----	--

ASPECTO: MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELACIONADAS A PRÁTICAS TRABALHISTAS

G4-LA16	Número de queixas e reclamações relacionadas a práticas trabalhistas registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal.	Foram protocoladas 21 demandas, das quais 19 foram processadas. Todas as demandas são correspondentes a Renner, Camicado e Youcom.	
----------------	--	--	--

INDICADORES DE DESEMPENHO REFERENTES A DIREITOS HUMANOS**FORMA DE GESTÃO** **Págs. RA Pacto Global****ASPECTO: INVESTIMENTOS**

G4-HR1	Número total e percentual de acordos e contratos de investimentos significativos que incluem cláusulas de direitos humanos ou que foram submetidos à avaliação referente a direitos humanos.	25, 33, 93	1, 2, 4, 5 e 6
---------------	--	------------	----------------

G4-HR2	Número total de horas de treinamento de empregados em políticas de direitos humanos ou procedimentos relacionados a aspectos de direitos humanos relevantes para as operações da organização, incluindo o percentual de empregados treinados.	90	1, 4 e 5
---------------	---	----	----------

ASPECTO: NÃO DISCRIMINAÇÃO

G4-HR3	Número total de casos de discriminação e medidas corretivas tomadas.	Não houve.	1 e 6
---------------	--	------------	-------

ASPECTO: LIBERDADE DE ASSOCIAÇÃO E NEGOCIAÇÃO COLETIVA

G4-HR4	Operações e fornecedores identificados em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva possa estar sendo violado ou haja risco significativo disso e as medidas tomadas para apoiar esse direito.	25, 33, 86, 90	1 e 3
---------------	---	----------------	-------

ASPECTO: TRABALHO INFANTIL

G4-HR5	Operações e fornecedores identificados como de risco para a ocorrência de casos de trabalho infantil e medidas tomadas para contribuir para a efetiva erradicação do trabalho infantil.	90	1 e 5
---------------	---	----	-------

ASPECTO: TRABALHOS FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO

G4-HR6	Operações e fornecedores identificados como de risco significativo para a ocorrência de trabalhos forçado ou análogo ao escravo e medidas tomadas para contribuir para a eliminação de todas as formas de trabalhos forçado ou análogo ao escravo.	90	1, 2 e 4
---------------	--	----	----------

ASPECTO: PRÁTICAS DE SEGURANÇA **Págs. RA Pacto Global**

G4-HR7	Percentual do pessoal de segurança que recebeu treinamento nas políticas ou no procedimentos da organização relativos a direitos humanos que sejam relevantes às operações.	34	1 e 2
---------------	---	----	-------

ASPECTO: DIREITOS DOS POVOS INDÍGENAS E TRADICIONAIS

G4-HR8	Número total de casos de violação de direitos de povos indígenas e tradicionais e medidas tomadas a esse respeito.	90	1
---------------	--	----	---

ASPECTO: AVALIAÇÃO

G4-HR9	Número total e percentual de operações submetidas a análises ou avaliações de direitos humanos de impactos relacionados a direitos humanos.	25, 33, 90	1
---------------	---	------------	---

ASPECTO: AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM DIREITOS HUMANOS

G4-HR10	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relacionados a direitos humanos.	90	1, 2, 4, 5 e 6
----------------	--	----	----------------

G4-HR11	Impactos negativos significativos reais e potenciais em direitos humanos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas a esse respeito.	90	
----------------	---	----	--

ASPECTO: MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELACIONADAS A DIREITOS HUMANOS

G4-HR12	Número de queixas e reclamações relacionadas a impactos em direitos humanos registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal.	Não houve.	
----------------	---	------------	--

INDICADORES DE DESEMPENHO SOCIAL REFERENTES À SOCIEDADE

FORMA DE GESTÃO **Págs. RA Pacto Global**

ASPECTO: COMUNIDADES LOCAIS

G4-S01	Percentual de operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local.	61, 62, 90	1
---------------	--	------------	---

G4-S02	Operações com impactos negativos significativos reais e potenciais nas comunidades locais.	25, 33, 61, 90, 102, 108	
---------------	--	--------------------------	--

ASPECTO: COMBATE A CORRUPÇÃO

G4-S03	Número total e percentual de operações submetidas a avaliações de riscos relacionados a corrupção e os riscos significativos identificados.	25, 33, 90	10
---------------	---	------------	----

G4-S04	Comunicação e treinamento em políticas e procedimentos de combate a corrupção.	90	10
---------------	--	----	----

G4-S05	Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas.	61, 96, 102	10
---------------	---	-------------	----

ASPECTO: POLÍTICAS PÚBLICAS

G4-S06	Valor total de contribuições financeiras para políticos e partidos políticos e discriminado por país e destinatário/beneficiário.	61, 96	
---------------	---	--------	--

ASPECTO: CONCORRÊNCIA DESLEAL

G4-S07	Número total de ações judiciais movidas por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio e seus resultados.	25, 33	
---------------	---	--------	--

ASPECTO: CONFORMIDADE

G4-S08	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias aplicadas em decorrência da não conformidade com leis e regulamentos.	25, 33	
---------------	---	--------	--

ASPECTO: AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES EM IMPACTOS NA SOCIEDADE **Págs. RA Pacto Global**

G4-S09	Percentual de novos fornecedores selecionados com base em critérios relativos a impactos na sociedade.	90	
---------------	--	----	--

G4-S010	Impactos negativos significativos reais e potenciais da cadeia de fornecedores na sociedade e medidas tomadas a esse respeito.	90	
----------------	--	----	--

ASPECTO: MECANISMOS DE QUEIXAS E RECLAMAÇÕES RELACIONADAS A IMPACTOS NA SOCIEDADE

G4-S011	Número de queixas e reclamações relacionadas a impactos na sociedade registradas, processadas e solucionadas por meio de mecanismo formal.	Não houve.	
----------------	--	------------	--

INDICADORES DE DESEMPENHO REFERENTES À RESPONSABILIDADE PELO PRODUTO

FORMA DE GESTÃO **Págs. RA Pacto Global**

ASPECTO: SAÚDE E SEGURANÇA DO CLIENTE

G4-PR1	Percentual das categorias de produtos e serviços significativas para as quais são avaliados impactos na saúde e na segurança a fim de buscar melhorias.	68	
---------------	---	----	--

G4-PR2	Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos causados por produtos e serviços na saúde e na segurança durante seu ciclo de vida discriminado por tipo de resultado.	Não há.	
---------------	---	---------	--

ASPECTO: ROTULAGEM DE PRODUTOS E SERVIÇOS

G4-PR3	Tipo de informações sobre produtos e serviços exigidas pelos procedimentos da organização referentes a informações e rotulagem de produtos e serviços e percentual de categorias significativas sujeitas a essas exigências.	As informações dos produtos têxteis seguem a Resolução nº 02 de 2008 do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) e a Norma Brasileira NBR 3758. Já os produtos de beleza seguem as normativas de rotulagem da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).	8
---------------	--	--	---

G4-PR4	Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a informações e rotulagem de produtos e serviços discriminado por tipo de resultados.	Não houve.	8
---------------	--	------------	---

G4-PR5	Resultados de pesquisas de satisfação do cliente.	70, 71	
---------------	---	--------	--

G4-PR6	Venda de produtos proibidos ou contestados.	Não há.	
---------------	---	---------	--

G4-PR7	Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminado por tipo de resultados.	Não houve.	
---------------	--	------------	--

ASPECTO: PRIVACIDADE DO CLIENTE

G4-PR8	Número total de queixas e reclamações comprovadas relativas a violação de privacidade e perda de dados de clientes.	Não há.	
---------------	---	---------	--

ASPECTO: CONFORMIDADE

G4-PR9	Valor monetário de multas significativas por não conformidade com leis e regulamentos relativos a fornecimento e uso de produtos e serviços.	Não houve.	
---------------	--	------------	--

Balanço Social Ibase + NBCT 15

1 – BASE DE CÁLCULO	2013 – R\$ MIL	2012 – R\$ MIL
Receita Líquida (RL)	4.094.403	3.645.414,00
Resultado Operacional (RO)	407.404	355.401,00
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	522.005	490.017
Valor Adicionado Total (VAT)	2.355.948	2.082.360

2 – INDICADORES SOCIAIS INTERNOS	R\$ MIL	% SOBRE FPB	% SOBRE RL	% SOBRE VAT	R\$ MIL	% SOBRE FPB	% SOBRE RL	% SOBRE VAT
Alimentação	28.994	5,55	0,71	1,23	21.467	4,38	588,94	1,03
Encargos sociais compulsórios	78.572	15,05	1,92	3,34	96.997	19,79	2.661,10	4,66
Previdência privada	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Saúde	29.600	5,67	0,72	1,26	24.925	5,09	683,81	1,20
Segurança e saúde no trabalho	1.039	0,20	0,03	0,04	787	0,16	21,59	0,04
Educação	415	0,08	0,01	0,02	311	0,06	8,53	0,01
Cultura	250	0,05	0,01	0,01	902	0,18	24,75	0,04
Capacitação e desenvolvimento profissional	10.316	1,98	0,25	0,44	8.297	1,69	227,63	0,40
Creches ou auxílio-creche	366	0,07	0,01	0,02	326	0,07	8,94	0,02
Esporte	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Participação nos lucros ou resultados	29.084	5,57	0,71	1,23	27.497	5,61	754,38	1,32
Transporte	16.030	3,07	0,39	0,68	15.182	3,10	416,52	0,73
Outros	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Total – Indicadores sociais internos	194.666	37,29	4,75	8,26	196.691	40,14	5.396,19	9,45

3 – INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS	R\$ MIL	% SOBRE RO	% SOBRE RL	% SOBRE VAT	R\$ MIL	% SOBRE RO	% SOBRE RL	% SOBRE VAT
Educação	703	0,17	0,02	0,03	393	0,11	10,78	0,02
Cultura	2.962	0,73	0,07	0,13	2.202	0,62	60,41	0,11
Saúde e saneamento	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Esporte	730	0,18	0,02	0,03	960	0,27	26,34	0,05
Combate à fome e à segurança alimentar	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Indicador setorial	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Outros	7.101	1,74	0,17	0,30	11.872	3,34	325,71	0,57
Total das contribuições para a sociedade	11.496	2,82	0,28	0,49	15.427	4,34	423,24	0,74
Tributos (excluídos encargos sociais)	1.092.337	268,12	26,68	46,37	995.266	280,04	27.304,97	47,80
Total – Indicadores sociais externos	1.103.833	270,94	26,96	46,85	1.010.693	284,38	27.728,20	48,54

4 – INDICADORES AMBIENTAIS	R\$ MIL	% SOBRE RO	% SOBRE RL	% SOBRE VAT	R\$ MIL	% SOBRE RO	% SOBRE RL	% SOBRE VAT
4.1 – Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa								
Desapropriação de terras	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Passivos e contingências ambientais	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Programa de desenvolvimento tecnológico e industrial	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Conservação de energia	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Educação ambiental	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Indicador setorial	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Outros	3.767	0,92	0,09	0,16	2.420	0,68	66,39	0,12
Total dos investimentos relacionados com a produção/operação da empresa	3.767	0,92	0,09	0,16	2.420	0,68	66,39	0,12

4.2 – Investimentos em programas e/ou projetos externos	R\$ MIL	% SOBRE RO	% SOBRE RL	% SOBRE VAT	R\$ MIL	% SOBRE RO	% SOBRE RL	% SOBRE VAT
Projetos de educação ambiental em comunidades	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Preservação e/ou recuperação de ambientes degradados	0	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00
Outros	140	0,03	0,00	0,01	258	0,07	7,08	0,01
Total dos investimentos em programas e/ou projetos externos	140	0,03	0,00	0,01	258	0,07	7,08	0,01
Total dos investimentos em meio ambiente (4.1 + 4.2)	3.907	0,96	0,10	0,17	2.678	0,75	73,47	0,13

Distribuição dos investimentos em meio ambiente	em mil R\$	% sobre total	em mil R\$	% sobre total
Total dos investimentos em ações de prevenção ambiental	122	3,12	0	0,00
Total dos investimentos em ações de manutenção ambiental	3.645	93,29	2.420	90,37
Total dos investimentos em ações de compensação ambiental	140	3,58	258	9,63
Quantidade de processos ambientais, administrativos e judiciais movidos contra a entidade:		0		0
Valor das multas e das indenizações relativas à matéria ambiental determinadas administrativa e/ou judicialmente:		0,00		0,00
Quanto ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos e o consumo em geral na produção/operação, para aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa:		(X) Não tem metas () Cumpre de 0% a 50% () Cumpre de 51% a 75% () Cumpre 76% a 100%		(X) Não tem metas () Cumpre de 0% a 50% () Cumpre de 51% a 75% () Cumpre 76% a 100%

5 – INDICADORES DO CORPO FUNCIONAL

	2013 – EM UNIDADES	2012 – EM UNIDADES
Número de empregados(as) no fim do período	15.317	14.881
Número de admissões durante o período	7.700	8.142
Número de desligamentos durante o período	8.246	7.240
Número de empregados(as) terceirizados(as)	0	0
Número de estagiários(as)	10	16
Número de empregados(as) acima de 45 anos	1.008	867
Número de empregados por faixa etária:		
menores de 18 anos	753	322
de 18 a 35 anos	11.592	11.956
de 36 a 45 anos	2.093	1.864
de 46 a 60 anos	843	735
acima de 61 anos	36	38
Número de empregados por nível de escolaridade:		
analfabetos	0	0
com ensino fundamental	655	556
com ensino médio/técnico	13.272	12.922
com ensino superior	1.226	1.258
pós-graduados	164	179
Número de mulheres que trabalham na empresa	10.938	10.767
Percentual de cargos de chefia ocupados por mulheres	55,7	53,8
Número de homens que trabalham na empresa	4.379	4.148
Percentual de cargos de chefia ocupados por homens	44,32	46,20
Número de negros(as) que trabalham na empresa	4.068	4.331
Percentual de cargos de chefia ocupados por negros(as)	0,79	0,71
Número de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	242	217
Remuneração bruta segregada por:		
empregados(das)	1.443	271.789
administradores(ras)	27.889	6.930
Diferença entre o menor salário pago pela empresa e o salário-mínimo (nacional ou regional):		
Diferença entre o menor salário pago pela empresa e o salário-mínimo	1,82	4,82

6 – INFORMAÇÕES RELEVANTES QUANTO AO EXERCÍCIO DA CIDADANIA EMPRESARIAL

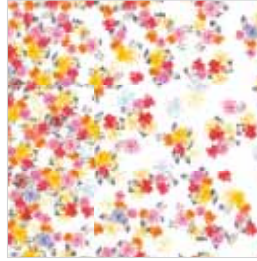
	2013	2012		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa				
Número total de acidentes de trabalho				
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> Direção <input checked="" type="checkbox"/> Direção e gerências <input type="checkbox"/> Todos(as) os(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> Direção <input checked="" type="checkbox"/> Direção e gerências <input type="checkbox"/> Todos(as) os(as) empregados(as)		
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input checked="" type="checkbox"/> Direção e gerências <input type="checkbox"/> Todos(as) os(as) empregados(as) <input type="checkbox"/> Todos(as) + CIPA	<input checked="" type="checkbox"/> Direção e gerências <input type="checkbox"/> Todos(as) os(as) empregados(as) <input type="checkbox"/> Todos(as) + CIPA		
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> Não se envolve <input checked="" type="checkbox"/> Segue as normas da OIT <input type="checkbox"/> Incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> Não se envolve <input checked="" type="checkbox"/> Segue as normas da OIT <input type="checkbox"/> Incentiva e segue a OIT		
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> Direção <input type="checkbox"/> Direção e gerências <input type="checkbox"/> Todos(as) os(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> Direção <input type="checkbox"/> Direção e gerências <input type="checkbox"/> Todos(as) os(as) empregados(as)		
A participação nos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> Direção <input type="checkbox"/> Direção e gerências <input checked="" type="checkbox"/> Todos(as) os(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> Direção <input type="checkbox"/> Direção e gerências <input checked="" type="checkbox"/> Todos(as) os(as) empregados(as)		
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> Não são considerados <input type="checkbox"/> São sugeridos <input checked="" type="checkbox"/> São exigidos	<input type="checkbox"/> Não são considerados <input type="checkbox"/> São sugeridos <input checked="" type="checkbox"/> São exigidos		
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> Não se envolve <input type="checkbox"/> Apoia <input checked="" type="checkbox"/> Organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> Não se envolve <input type="checkbox"/> Apoia <input checked="" type="checkbox"/> Organiza e incentiva		
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):				
Montante de multas e indenizações a clientes determinado por órgãos de proteção e defesa do consumidor ou pela Justiça:	No Procon: 98.709 Na Justiça: 8.292.783	No Procon: 138.084 Na Justiça: 11.086.984		
Ações empreendidas pela entidade para sanar ou minimizar as causas das reclamações:				
Número de processos trabalhistas:				
movidos contra a entidade	2.574	850		
julgados procedentes	203	259		
julgados improcedentes	105	109		
Valor total de indenizações e multas pagas por determinação da Justiça:	3.913.281	17.700.381		
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	2.355.948	2.082.360		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	em mil R\$	% sobre total	em mil R\$	% sobre total
Governo	1.092.337	46,37	995.266,00	47,80
Colaboradores(as)	516.845	21,94	456.657,00	21,93
Acionistas	162.962	6,92	266.551,00	12,80
Terceiros	339.362	14,40	275.036,00	13,21
Retido	244.442	10,38	88.850,00	4,27

7 – OUTRAS INFORMAÇÕES

2 – Segurança e saúde no trabalho: o valor publicado em 2012, referente ao ano de 2011, foi corrigido. 2 – Participação nos lucros: valor estimado para 2013 (cálculo não finalizado até o fechamento deste balanço). 3 – Outros: o valor refere-se à soma dos valores investidos em projetos para geração de emprego e renda para mulheres e projetos voltados para o desenvolvimento da comunidade (crianças, idosos, projetos na comunidade Bom Jesus e projetos no âmbito da Rede Parceria Social – Edital de Combate à Pobreza). 4.1 – Outros: consultoria para verificação de terceira parte do Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa; Programa de Gestão de Resíduos Sólidos da Lojas Renner; Prêmio de Gestão de Resíduos Sólidos. 4.2 – Outros: mitigação do Escopo I do Inventário de Emissões de Gases de Efeito Estufa.



ESTAMPA GRUNGE
FLORZINHA CEREJA
RENNER
BLUE STEEL



ESTAMPA
RENNER
CORTELLE



ESTAMPA
YOUCOM



ESTAMPA NATIVO
RENNER
BLUE STELL

Informações corporativas

Sede

Lojas Renner S.A.

Avenida Joaquim Porto Villanova, 401
Porto Alegre (RS) – CEP: 91410-400
Tel.: +55 (51) 2121-7044
Fax: +55 (51) 2121-7121
E-mail: ri_lojasrenner@lojasrenner.com.br
Site: www.lojasrenner.com.br

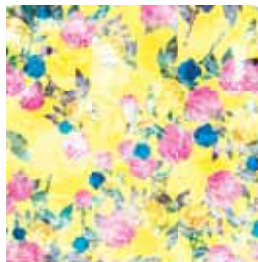
Sugestões, dúvidas e comentários sobre este relatório:

Lojas Renner S.A.

Gerência de Sustentabilidade
Avenida Joaquim Porto Villanova, 401
Porto Alegre (RS) – CEP: 91410-400
Tel.: +55 (51) 3272-2577
Fax: +55 (51) 2121-7266
E-mail: relatorio@lojasrenner.com.br



ESTAMPA JAPUR
CAMICADO



ESTAMPA
RENNER
MARFINO



ESTAMPA
RENNER
CORTELLE

Créditos

Coordenação

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

Consultoria de conteúdo, revisão de texto e projeto gráfico

TheMediaGroup

Ilustrações

EcoEstilo – Canhotório Arte Aplicada
Demais ilustrações – TheMediaGroup

Fotos

Fotos projetos sociais – Ita Kirsch
Foto fachada de loja – Celso Chittolina
Demais fotos – Felipe Gombossy

Os modelos para as fotos deste relatório
são colaboradores da Lojas Renner.





www.lojasrenner.com.br