



# Política de Patrocínio Cultural Incentivado 2024

LOJAS RENNER S.A.

 **RENNER** CMCiADO yoUcom realize ASHUA repassa



## APRESENTAÇÃO

**Os patrocínios corporativos e incentivados possuem um papel importante na estratégia de comunicação das Lojas Renner S.A., buscando sempre encantar as pessoas.**

**Acreditamos que os patrocínios incentivados são importantes para ampliar o acesso à cultura, aproximando a sociedade da arte, da criatividade, da diversidade e da inovação; atuando em temáticas relevantes, tais quais a preservação do patrimônio artístico e cultural, moda, lifestyle, beleza, inovação e sustentabilidade.**

**O relacionamento com a indústria criativa, através dos patrocínios incentivados, busca transmitir nossos valores fundamentais como Lojas Renner S.A. e marcar nossa presença e lugar no meio cultural.**



FOTO DA CAPA  
Juliano Balbon  
Casa de Cultura Mario Quintana  
Porto Alegre/RS

## S U M Á R I O

- 1 OBJETIVO
- 2 PREMISSAS
- 3 PROPÓSITO
- 4 PROPOSTA DE VALOR
- 5 VALORES
- 6 DEMAIS TÓPICOS
- 7 DIRETRIZES
- 8 DISPOSIÇÕES FINAIS

1	●	OBJETIVO
2	○	PREMISSAS
3	○	PROPÓSITO
4	○	PROPOSTA DE VALOR
5	○	VALORES
6	○	DEMAIS TÓPICOS
7	○	DIRETRIZES
8	○	DISPOSIÇÕES FINAIS



## 1. OBJETIVO

Esta política tem como objetivo orientar público interno e externo (artistas, produtores, criadores e empreendedores da indústria criativa) quanto à concessão de patrocínios culturais incentivados pela **Lojas Renner S.A.**

Visa garantir uma efetiva ação institucional orientada pelos valores do grupo, consolidando sua imagem e vinculando-a ao cumprimento de seu propósito. Orienta-se pelos princípios da ética, austeridade e transparência

Todos os pedidos de patrocínio cultural devem ser encaminhados via site: <http://lojasrennersa.com.br/pt/patrocínios-e-projetos> .

Os projetos nas áreas de esporte, criança, adolescente, idoso, atenção oncológica e saúde da pessoa com deficiência são de responsabilidade do **Instituto Lojas Renner**, e não estão contemplados nesta política. Para essas propostas, o cadastro deve ser feito através do site:

<https://prosas.com.br/editais/9048-elas-avancam-ambientes-prosp-eros-para-o-protagonismo-feminino?locale=br>.

Outras informações em [www.institutolojasrenner.org.br/](http://www.institutolojasrenner.org.br/).

**FOTO**  
Cassia Tabatini  
Modelo Ruth Machado  
Sonia Gomes + Gustavo Silvestre, Vestido 3, 2020  
MASP, doação dos artistas, coleção MASP Renner, 2020



1	OBJETIVO
2	<b>PREMISSAS</b>
3	PROPÓSITO
4	PROPOSTA DE VALOR
5	VALORES
6	DEMAIS TÓPICOS
7	DIRETRIZES
8	DISPOSIÇÕES FINAIS

## 2. PREMISSAS

**A Lojas Renner S.A. acredita que os patrocínios incentivados são** uma importante ferramenta para reforçar o relacionamento com seus diversos públicos, fortalecer o reconhecimento da marca e transmitir seus valores fundamentais.

A Política de Patrocínio Cultural Incentivado da Lojas Renner S.A. busca ampliar o acesso à cultura, potencializar a criatividade, a diversidade, e a sustentabilidade através de projetos artísticos que estejam aprovados em leis de incentivo à cultura (federal ou estadual) a saber:

- Lei Federal de Incentivo à Cultura / Governo Federal – Lei nº 8.313/91
- Programa de Ação Cultural do Estado de São Paulo – Lei no. 12.268/06;
- Programa Estadual de Fomento e Incentivo à Cultura do Rio de Janeiro – Lei no. 8266/185;
- Lei de Incentivo à Cultura da Paraíba - Lei no 7.516;
- Sistema de Incentivo Estadual à Cultura do Piauí - Lei 4.997;
- Lei Estadual de Incentivo à Cultura de Pernambuco - Lei 12.310 / Lei 12.629 / Lei 13.304 / 13.407;
- Programa Estadual de Fomento e Incentivo à Cultura do Paraná (PROFICE) - Lei no 17.043;
- Pró-Cultura RS - Lei 13.490 / Lei 13.924 / Lei no 14.153.

Todos os interessados em submeter um projeto para patrocínio devem fazê-lo mediante preenchimento de formulário no site

[http://lojasrennersa.com.br/pt\\_br/patrocínios-e-projetos](http://lojasrennersa.com.br/pt_br/patrocínios-e-projetos).

A empresa, por interesse estratégico, excepcionalmente, poderá analisar e selecionar projetos fora desta plataforma, submetendo-os à avaliação do Compliance Corporativo e respeitando os demais critérios desta Política (item 6.1).

Os projetos já aprovados em leis de incentivo à cultura devem ser capazes de enviar evidências que comprovem sua publicação no Diário Oficial já no ato do cadastramento, para análise do patrocínio. Já os projetos que ainda não foram aprovados devem seguir com a sua inscrição no formulário e, caso a empresa o julgue como favorável para patrocínio, a mesma irá acompanhar a fase de aprovação.

Todos os proponentes devem demonstrar capacidade técnica e artística para a realização de suas propostas e, visando garantir a gestão de integridade da Companhia, serão submetidos a uma avaliação de Compliance Corporativo. Caso necessário e a critério da empresa, poderão ser solicitadas informações ou documentos complementares.

Os patrocínios são realizados prioritariamente sob a chancela da marca corporativa Lojas Renner S.A. e da marca Renner, em até 80% do valor do projeto. Não são patrocinados projetos em sua integralidade nem de forma exclusiva pela Companhia.

As contrapartidas oferecidas pelo patrocínio devem respeitar a respectiva legislação vigente na Lei Federal e Leis Estaduais de Incentivo à Cultura.

**Os patrocínios são efetivados e os pagamentos realizados somente após a assinatura de contrato de patrocínio e os projetos que buscam captar via Lei Federal de Incentivo à Cultura – Lei Rouanet – devem estar cientes que, se considerados favoráveis, só poderão receber o aporte em dezembro do ano vigente.**

1	OBJETIVO
2	<b>PREMISSAS</b>
3	PROPÓSITO
4	PROPOSTA DE VALOR
5	VALORES
6	DEMAIS TÓPICOS
7	DIRETRIZES
8	DISPOSIÇÕES FINAIS



### **Apoiamos** projetos que:

- Ampliem o acesso à cultura, sejam acessíveis, deixem um legado e tenham como temas relacionados a moda, beleza, lifestyle, inovação e sustentabilidade



### **Não apoiamos** projetos que:

- Não estejam alinhados ao Código de Conduta para Fornecedores do grupo
- Desviem da finalidade das leis de incentivo;
- De conteúdo sectário ou segregacionista atinente à raça, cor, sexo e religião;
- Estimulem a violência, criminalidade, drogas, sexo, que envolvam jogos de azar, crueldade animal, danos ambientais e trabalho infantil;
- Que usem nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção de autoridades, servidores públicos, partidos políticos ou religiões;
- Que compactuem, estimulem, promovam, constituam, integrem ou prestem auxílio e/ou sejam coniventes com ações relacionadas lavagem de dinheiro e/ou financiamento ao terrorismo, corrupção e quaisquer outros atos ilícitos;
- Patrocinados por empresa do mesmo segmento de atuação;
- Encomendados por alguma área da empresa ou elaborados por colaboradores efetivos, temporários ou terceirizados, enquanto estiverem prestando serviço à Companhia;
- Apresentados por organizador ou proponente que tenha como seu representante legal pessoas com grau de parentesco até o terceiro grau com empregados e/ou executivos das Lojas Renner S.A.;
- Apresentados por proponente Pessoa Física ou Pessoa Jurídica que não seja a realizadora do projeto;
- Tenham impacto socioambiental negativo ou que não possa ser corrigido e/ou compensado.

1	OBJETIVO
2	PREMISSAS
3	PROPÓSITO
4	PROPOSTA DE VALOR
5	VALORES
6	DEMAIS TÓPICOS
7	DIRETRIZES
8	DISPOSIÇÕES FINAIS

### 3. PROPÓSITO

Encantar a todos é a nossa realização.

### 4. PROPOSTA DE VALOR

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

### 5. VALORES ENCANTAR

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

#### NOSSO JEITO

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

#### GENTE

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

#### DONOS DO NEGÓCIO

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



1	OBJETIVO
2	PREMISSAS
3	PROPÓSITO
4	PROPOSTA DE VALOR
5	VALORES
6	DEMAIS TÓPICOS
7	DIRETRIZES
8	DISPOSIÇÕES FINAIS

### OBSTINAÇÃO POR RESULTADOS EXCEPCIONAIS

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

### QUALIDADE

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

### SUSTENTABILIDADE

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

### ADORAMOS DESAFIOS

Não sabendo que é impossível, nós vamos lá e fazemos!

## 6. DEMAIS TÓPICOS

### 6.1 OBJETIVO MACRO

O projeto deve promover o acesso à cultura, sem restrições ou qualquer tipo de discriminação.

### 6.2 CRITÉRIO DE SELEÇÃO

Todos os projetos cadastrados passarão por análise, pré-seleção e aprovação de acordo com os seguintes critérios:

#### 6.2.1 FOCO DE ATUAÇÃO

O projeto deve ampliar o acesso à cultura, sem restrições ou qualquer tipo de discriminação.

- ARTES CÊNICAS (Teatro e Dança)
- ARTES VISUAIS (Exposições)
- MÚSICA (Festivais) \*
- INSTITUIÇÕES CULTURAIS

\*No segmento Música, serão aceitos projetos que atendam os critérios das Leis Estaduais de Incentivo à Cultura e para a Lei de Incentivo à Cultura - Lei no 8.313/91, apenas às aqueles que estejam enquadrados no Artigo 18.

1	OBJETIVO
2	PREMISSAS
3	PROPÓSITO
4	PROPOSTA DE VALOR
5	<b>VALORES</b>
6	<b>DEMAIS TÓPICOS</b>
7	DIRETRIZES
8	DISPOSIÇÕES FINAIS

### 6.2.2 PARÂMETROS

Serão valorizadas propostas que:

- Estejam alinhadas com os valores da Companhia, busquem encantar o público e exceder as expectativas, se identifiquem com o nosso jeito de ser – alegre e inovador, busquem os mais altos níveis de qualidade e sejam orientadas por fundamentos de sustentabilidade;
- Contribuam para a consolidação da imagem da Companhia e a realização de seu propósito, pautados pelos princípios da ética, austeridade e transparência;
- Deem visibilidade e exposição qualificada de marca ao patrocinador, tanto nos materiais de comunicação do projeto quanto na mídia;
- Possibilitem ações de ativação e relacionamento com públicos estratégicos;
- Possibilitem o amplo acesso do público e tenham abrangência física e/ou virtual;
- Sejam realizados em diferentes regiões do país;
- Sejam consistentes, tenham realizado uma edição anterior, prevejam continuidade e/ou deixem um legado;
- Apresentem caráter inovador;
- Estejam alinhadas à estratégia de comunicação ou de produto da Lojas Renner S.A., possibilitando a produção de conteúdo exclusivos;
- Apresentem viabilidade de execução com adequação orçamentária e relação custo x benefício com base no valor solicitado e nas contrapartidas oferecidas;
- Inclua iniciativas para redução e/ou compensação das emissões de CO2.

A Companhia também adota como critérios de avaliação dos projetos indicadores de resultado. Serão considerados: a) a adequação das metas e dos indicadores propostos para mensurar o objetivo ou impacto pretendido, b) a clareza sobre a forma de medir os indicadores, c) a habilidade de selecionar indicadores relevantes que ajudem a medir o impacto e ao mesmo tempo a performance do projeto.

1	OBJETIVO
2	PREMISSAS
3	PROPÓSITO
4	PROPOSTA DE VALOR
5	VALORES
6	DEMAIS TÓPICOS
7	<b>DIRETRIZES</b>
8	DISPOSIÇÕES FINAIS

### 6.2.3 TEMÁTICA

Projetos relacionados à preservação do patrimônio artístico e cultural, moda, lifestyle, beleza, inovação e sustentabilidade; que promovam acesso à cultura, aproximando a sociedade da arte, da educação, da criatividade, da diversidade, e da inovação terão prioridade.

### 6.3 PRAZO PARA ANÁLISE E SELEÇÃO DOS PROJETOS

Todos os projetos devem ser apresentados com um prazo mínimo de **150 dias de antecedência à sua realização**. Todas as propostas receberão, por e-mail, uma confirmação de cadastro em até 10 dias após o envio do formulário e serão analisadas em até 40 dias. Após este prazo, os projetos pré-selecionados serão contatados para agendamento de reunião.

### 6.4 DISPONIBILIDADE ORÇAMENTÁRIA

A seleção dos projetos levará em consideração a disponibilidade anual da Lojas Renner S.A. e sua distribuição entre as diferentes temáticas, de forma a potencializar o investimento da empresa e garantir seu melhor aproveitamento.

## 7. DIRETRIZES - RESPONSABILIDADE POR ÁREA, CARGOS E/OU FUNÇÕES

### 7.1 TRIBUTÁRIO

Responsável por enviar a previsão orçamentária anual e receber, trimestralmente e/ou sempre que necessário, os recibos de mecenato e comprovantes de pagamento.

### 7.2 COMPLIANCE CORPORATIVO

Responsável por receber o formulário preenchido e realizar a análise inicial de todos os proponentes cadastrados. Caso necessário, poderá solicitar informações ou documentos complementares.

### 7.3 MARKETING CORPORATIVO/ EVENTOS E PATROCÍNIO

Responsável por:

- Analisar a previsão orçamentária;
- Apresentar os projetos pré-selecionados ao tomador de decisão final, que deverá assinar a carta interna de formalização – Gerente Sênior, Diretor de Marketing ou Diretor Presidente – de acordo com o definido pela Norma de Níveis de Alçadas para Aprovações e Assinaturas Contratuais;

1	OBJETIVO
2	PREMISSAS
3	PROPÓSITO
4	PROPOSTA DE VALOR
5	VALORES
6	DEMAIS TÓPICOS
7	<b>DIRETRIZES</b>
8	DISPOSIÇÕES FINAIS

- Confeccionar a carta de intenção do patrocínio, caso necessário, que deverá ser assinada pelo tomador de decisão final - Gerente Sênior, Diretor de Marketing ou Diretor Presidente – de acordo com o definido pela Norma de Níveis de Alçadas para Aprovação e Assinaturas Contratuais;
- Preparar o contrato, incluir e acompanhar no sistema de gestão e assinar como testemunha. Providenciar assinatura digital certificada do Proponente e de Eventos e Patrocínios para arquivamento;
- Realizar uma apresentação interna anual com os projetos patrocinados, sua performance e como contribuíram para reforçar os valores da empresa, consolidar sua imagem e fortalecer sua estratégia de negócios. A apresentação anual pode culminar na validação ou na revisão desta política de patrocínios;

#### 7.4 MARKETING CORPORATIVO/ PLANEJAMENTO E CONTROLE

Responsável por:

- Analisar a previsão orçamentária;
- Apresentar os projetos pré-selecionados ao tomador de decisão final, que deverá assinar a carta interna de formalização – Gerente Sênior, Diretor de Marketing ou Diretor Presidente – de acordo com o definido pela Norma de Níveis de Alçadas para Aprovações e Assinaturas Contratuais;

#### 7.5 MARKETING CORPORATIVO/ MÍDIA

Responsável por receber o aproveitamento de mídia do patrocínio, operacionalizar sua utilização e elaborar relatório final.

#### 7.6 MARKETING CORPORATIVO/ IMPRENSA

Responsável por receber, validar toda divulgação realizada para a Imprensa e elaborar relatório final.

#### 7.7 MARKETING CORPORATIVO/ CONTEÚDO

Responsável por desdobrar os aproveitamentos de conteúdos e elaborar relatório final.

#### 7.8 MARKETING CORPORATIVO/ JURÍDICO

Responsável por elaborar o contrato de patrocínio padrão, analisar e aprovar eventuais aditivos que se fizerem necessários.

#### 7.9 CSC – CENTRO DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS

Responsável por realizar a programação de pagamento do patrocínio, dar baixa no sistema e emitir o comprovante de pagamento a ser enviado ao proponente do projeto.

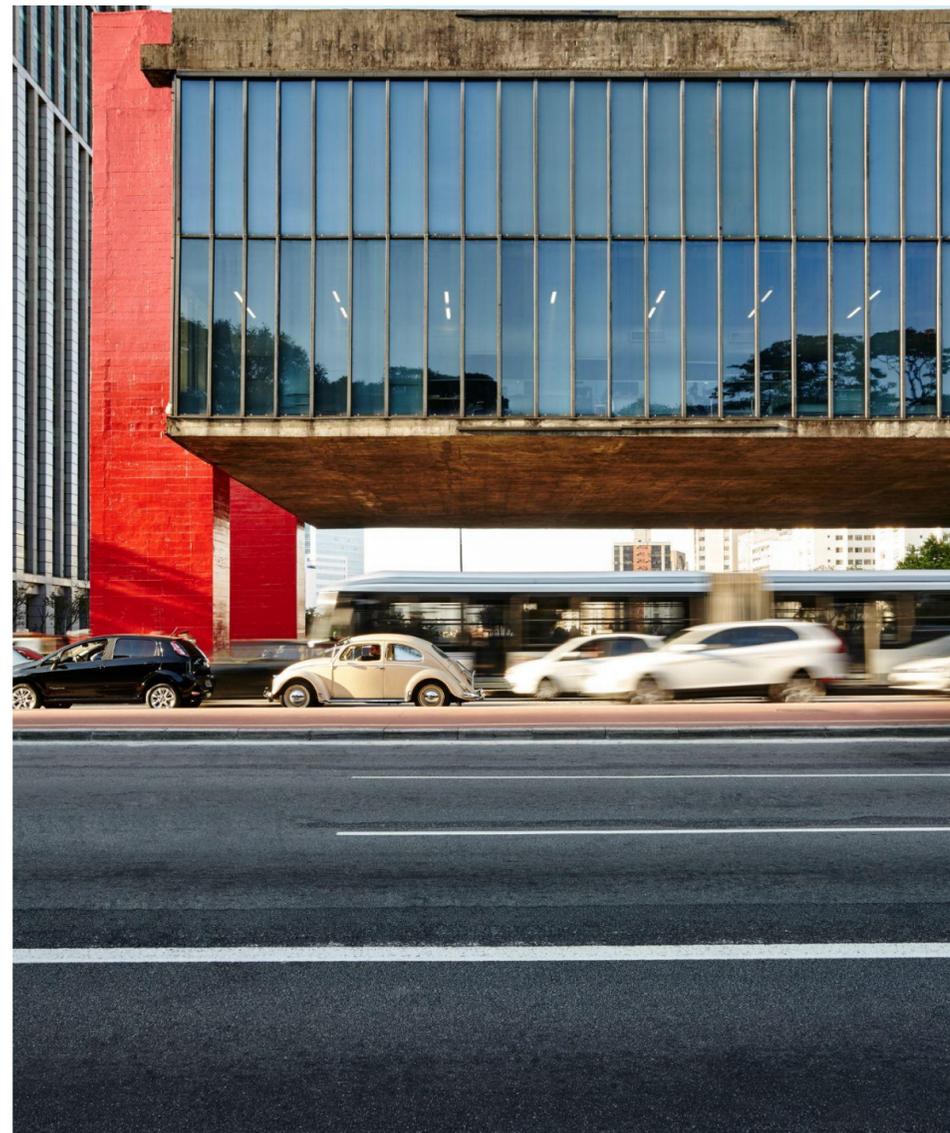
1	OBJETIVO
2	PREMISSAS
3	PROPÓSITO
4	PROPOSTA DE VALOR
5	VALORES
6	DEMAIS TÓPICOS
7	<b>DIRETRIZES</b>
8	DISPOSIÇÕES FINAIS

#### 7.4 AGÊNCIA CULTURAL (PARCEIRO EXTERNO)

Parceiro Externo, contratado por meio de concorrência, especializado em gestão de projetos culturais, marketing cultural, leis de incentivo à cultura e outras expertises necessárias para prestar serviços de acordo com o seguinte escopo de atuação:

- Receber o formulário preenchido pelo proponente e a análise do Compliance Corporativo;
- Analisar os projetos de acordo com os critérios de seleção estabelecidos, pré-selecionar os projetos de interesse e negociar o valor do aporte e contrapartidas;
- Enviar à área de Marketing Corporativo uma relação dos proponentes avaliados pelo Compliance das Lojas Renner S.A.;
- Definir os KPIs de cada projeto e a periodicidade de acompanhamento dos indicadores;
- Orientar e aprovar a correta aplicação da logomarca da empresa em todos os materiais de comunicação e divulgação do projeto;
- Acompanhar a execução do projeto de acordo com o planejado.
- Gerenciar todas as contrapartidas acordadas e executar as ativações de marca;
- Documentar e formalizar, por meio de aditivo contratual, alterações relativas à modificação no escopo do projeto e contrapartidas;
- Receber relatórios parciais e final de execução de cada projeto, com uma avaliação da efetividade do patrocínio (benefícios tangíveis e intangíveis obtidos);
- Realizar uma apresentação interna anual com os projetos patrocinados, sua performance e como contribuíram para reforçar os valores empresa, consolidar sua imagem e fortalecer sua estratégia de negócios. A apresentação anual pode culminar na validação ou na revisão desta política de patrocínios;
- Desenvolver o planejamento estratégico anual da área.

1	OBJETIVO
2	PREMISSAS
3	PROPÓSITO
4	PROPOSTA DE VALOR
5	VALORES
6	DEMAIS TÓPICOS
7	DIRETRIZES
8	<b>DISPOSIÇÕES FINAIS</b>



## 8. DISPOSIÇÕES FINAIS

A aprovação ou não dos patrocínios fica a critério exclusivo da **Lojas Renner S.A.** Proponentes que não atendam aos critérios do Compliance Corporativo ou propostas submetidas de forma incompleta não serão avaliadas.

A fim de garantir a transparência do processo, esclarecer dúvidas ou receber sugestões, contatos podem ser feitos com o

**Departamento de Marketing** pelo e-mail:

[patrocinios@lojasrenner.com.br](mailto:patrocinios@lojasrenner.com.br)

Em caso de denúncias sobre irregularidades, conflito de interesses ou suspeita de fraude, entrar em contato pelo telefone **0800 9009091** (Nacional) ou pelo site:

<https://contatoseguro.com.br/lojasrennersa>

Essa política entra em vigor a partir da data de publicação.

FOTO  
Acervo MASP



# LOJAS RENNER S.A.

---

 **RENNER** **CMICADO** youcom realize ASHUA repassa