

FURTADO
NEVES
MARTINS
ALVARES
GOMES
MESQUITA
SANTIAGO
GARCIA
MORAES
ALVES COSTA
MERCÚRIO
VASCONCELLOS
LIMA LEAL
BORRIELLO
SOUZA
OLIVEIRA
SANTOS
SILVA

BOTELHO
FREITAS
MOURA
FROTA
TEIXEIRA
FIGUEIREDO
MONTEIRO
RAMOS
LOPES AMARAL
GAVILAN
SOARES
COUTO
DUARTE
MENDES
ANTUNES
BATISTA
CASTRO
RIBEIRO

ANDRADE
SIMÕES
MARQUES
CARVALHO
FERREIRA
ARAGÃO
BASTOS
AMORIM BARROS
MIRANDA
COELHO
ROCHA
MOREIRA
ARAÚJO
BARBOSA
AZEVEDO
PEREIRA
CRUZ ALBUQUERQUE
FONSECA SANTANA GONÇALVES
PIRES VIEIRA LUNDGREN
RODRIGUES
CUNHA
ALMEIDA

ANOS

A marca que evolui com
a família brasileira

PERNAMBUCANAS

RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
2020 E 2021



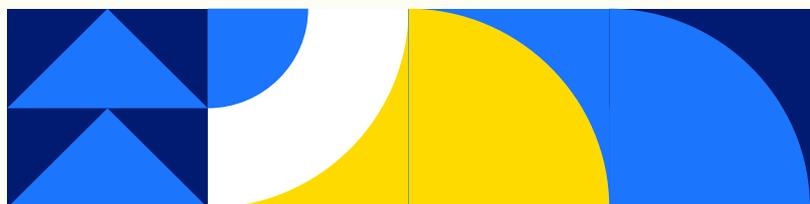
PERNAMBUCANAS

**RELATÓRIO DE
SUSTENTABILIDADE
2020 E 2021**



SUMÁRIO

#TAMOJUNTO	4
1. MENSAGEM DO CEO	5
2. DESTAQUES 2020 E 2021	12
2.1 Desempenho de Gestão	13
2.2. Desempenho econômico e financeiro	19
3. APRESENTAÇÃO DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2020/2021	24
4. A PERNAMBUCANAS	26
4.1 A Nossa Marca	28
4.2 Produtos e serviços para toda a família brasileira	33
4.3. Inovação e tecnologia.	35
4.3.1. Inovação em transportes	36
4.3.2 Experiência “Figital”.	37
5. ÉTICA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA	40
5.1 Estrutura de governança	41
5.2 Ética e transparência.	42
6. RESPONSABILIDADE SOCIAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	44
6.1. Impacto positivo pelo Brasil – Fazer, fazer, fazer!	46
7. FORNECEDORES.	58
7.1 Economia circular e consumo consciente.	64
8. AQUECIMENTO GLOBAL E MUDANÇAS CLIMÁTICAS	68
8.1 Inventário de Carbono	71
9. PESSOAS	73
9.1 Gestão de pessoas	74
9.2 Desenvolvimento e capacitação	76
9.3 Diversidade e inclusão.	84
10. MATERIALIDADE	87
11. SUMÁRIO GRI	89
CRÉDITOS	94





#TAMOJUNTO

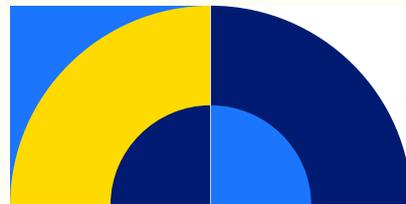
Não há futuro sem um cuidado presente. E não há um presente de sucesso sem um passado que o dignifique. O futuro da Pernambucanas começou há quase 114 anos. Sabemos que a perenidade do nosso negócio depende do quanto devolvemos à sociedade aquilo que ela, generosamente, nos confere em escolha, fidelidade e respeito.

Os últimos dois anos de ações reportadas neste relatório são uma demonstração de que seguimos fazendo a diferença na vida dos nossos clientes, fornecedores, da nossa própria família e em nós mesmos. Apesar de tudo o que enfrentamos – pessoal e corporativamente – devido à pandemia da Covid-19, foi possível agir, inovar, criar e transformar a vida, tal como fazemos há tanto tempo. Conseguimos tornar explícito como é importante ter uma jornada envolta no desenvolvimento responsável e levar a sustentabilidade para todos os cantos do Brasil.

Nossa empresa é uma extensão da casa dos nossos clientes e também das nossas próprias casas. Seja na roupa de cama dos nossos avós, no celular dos nossos primos, na roupa da irmã mais velha, nos lares de todos e todas. Aqui, nosso cliente se sente acolhido, ouvido e suas necessidades são atendidas: afinal, isso é fazer parte de uma família e é essa sensação boa de levar aconchego para todos há tanto tempo que queremos que permaneça.

Nas próximas páginas deste Relatório de Sustentabilidade está um pouco do que fizemos em 2020 e 2021. Seguimos em busca de que todas as nossas ações estejam de acordo com o nosso maior propósito: evoluir com as famílias brasileiras.

Boa leitura!



CONSTRUÍMOS JUNTOS OS NOSSOS RESULTADOS NOS ÚLTIMOS ANOS E, PARA A MENSAGEM DESTE RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE, O NOSSO CEO SÉRGIO BORRIELLO PREFERIU FAZÊ-LA DA FORMA QUE NOS MOVE: PARTILHANDO, ESCUTANDO, TROCANDO, APRENDENDO. ASSIM, CONVIDAMOS COLABORADORES DE DIFERENTES GERAÇÕES, FUNÇÕES, IDADES, TEMPO DE CASA E GÊNERO, PARA UMA RESENHA SOBRE PRESENTE, PASSADO E FUTURO. FORAM ABORDADOS TEMAS COMO RESULTADOS, SUSTENTABILIDADE, CULTURA ORGANIZACIONAL, DESAFIOS, CONQUISTAS, OBJETIVOS, DIVERSIDADE, INCLUSÃO E AS AÇÕES DA COMPANHIA PARA ALCANÇAR ESSES OBJETIVOS.



1.

MENSAGEM DO CEO

[2-14] [2-17] [2-18] [2-22]*

*Indicadores das Normas da Global Reporting Initiative (GRI)
Mais detalhes aqui

Nosso CEO, Sérgio Borriello, com equipe de colaboradores.



Clique aqui ou acesse o QRcode e assista os melhores momentos da conversa que originou essa mensagem

CONHEÇA OS PARTICIPANTES QUE FIZERAM PARTE DESTA RESENHA:

Amanda de Souza Neres

Jovem Aprendiz há cinco meses. Trabalha no time de Gente, apoiando as lojas e os projetos sociais da companhia: para ela, fazer parte da família foi a concretização de um sonho por ser uma empresa que oferece oportunidades e acredita em suas pessoas.

Antonio Marcos Fernandes dos Santos

Supervisor de Vendas, um ano e nove meses na companhia. Tem 20 anos, iniciou como Assessor de Vendas e, desde então, vem se desenvolvendo e recebendo oportunidades para estruturar seu plano de carreira. Atua como Supervisor de Vendas na unidade São Bento, primeira loja física da PEFISA.

Abel Batista do Amaral

Diretor Comercial Imobiliário, com quase 60 anos de história na companhia. Iniciou com 13 anos de idade, como empacotador, vindo a São Paulo em busca de oportunidades, construiu sua família e hoje trabalha na Alinc - Investimentos Incorporação e Administração, que faz parte do grupo Pernambucanas.

Andreia Santos Portugal

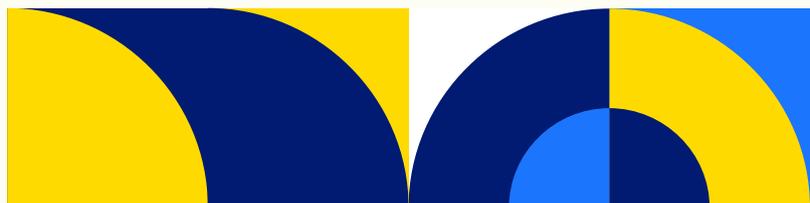
Assessora de Vendas, um ano e cinco meses na companhia. Primeiro emprego, na loja Consolação. Desde o início, vem criando sua independência e com planos de desenvolvimento de sua carreira.

Darci Benedito Mercúrio

Diretor de Expansão, 60 anos na companhia. Iniciou com 14 anos de idade, como empacotador, vindo da área rural para São Paulo em busca de oportunidades e construir sua carreira. Participou dos projetos de inauguração de 94 lojas (2020/2021).

Antonio Carlos Gavilan

Diretor de Engenharia e Manutenção, 34 anos na companhia. Faz parte do Projeto Oficina Escola da Pernambucanas, uma das ações mais transformadoras e que promove a capacitação em Marcenaria, Serralheria e Soldagem aos alunos do entorno da região de Araçariguama, onde está o Centro de Distribuição.





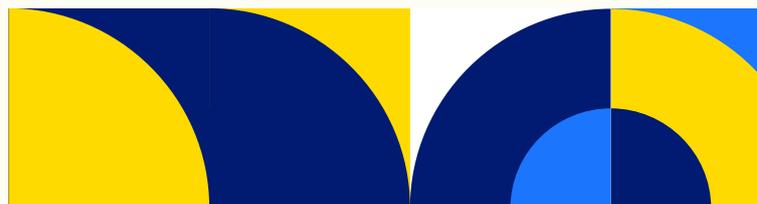
Qual foi o maior desafio que você viveu nesses dois últimos anos? Uma empresa centenária com cabeça de startup, como é para você lidar com esse ambiente tão inovador e centenário que a gente vive?

A essência é o que conecta, é o que permaneceu durante todo esse tempo. Por meio do digital, a empresa passou por um processo de transformação, principalmente a respeito dos canais de venda: uma discussão muito profunda, que provou que várias coisas que fizemos no passado estão de volta no presente.

Nestes dois últimos anos falamos muito sobre a pandemia e, diante desse contexto, eu costumava citar que eram momentos de guerra. Porque guerra é uma crise profunda e o nosso maior desafio foi conservar os valores diante da crise. Tomamos decisões pensando no respeito, confiança, diversidade, inovação e simplicidade, que são os valores que fundamentam nossa empresa. Conservar valores é difícil, pois, em meio à guerra, se pensa em redução de custos, demissão de pessoas, corte de ações sociais e de despesas, mas, ao contrário disso, o que fizemos foi convidar nossos colaboradores para a ação, nos colocamos na linha de frente, cumprindo todos os protocolos de segurança, tentamos salvar a maioria ao invés de sacrificar a minoria.

Como você avalia a nossa empresa diante de um cenário tão desfavorável e incerto que foi o período de pandemia esses dois últimos anos?

Existem duas visões: a primeira é a chamada concorrencial, onde nos encontramos com os outros. Não tenho dúvidas de que a gente sai da pandemia de coração lavado, com a certeza de que fizemos o correto para a empresa e as pessoas, além de termos os nossos valores revigorados e fortalecidos. Nesses dois últimos anos, quase cem lojas foram inauguradas, voltamos ao Nordeste, a companhia gerou 1.400 novos empregos, onde 67% foram pessoas negras e 75% mulheres. Gosto de falar da contratação porque ela é o celeiro de entrada, formamos mais de 100 novos gerentes, mais de 200 supervisores e 350 líderes. Isso reafirma o papel da empresa que, no momento de dificuldade, está presente. Tenho certeza de que, na pós-pandemia, a Pernambucanas se tornou uma empresa mais próxima da população brasileira, que continua abrindo novas lojas em meio à crise e que acredita no país, tão otimista.





Da direita para esquerda: Andreia Santos Portugal/ Assessora de Vendas, Antonio Marcos Fernandes dos Santos/ Supervisor de Vendas, Darci Benedito Mercúrio/ Diretor de Expansão e Amanda de Souza Neres/ Jovem Aprendiz

É muito legal estar aqui, com tantas pessoas que fizeram história para nossa empresa, temos muito a aprender! O que você acha que a geração mais velha pode ensinar à geração mais nova? Mas e nós? O que a geração mais nova pode ensinar para as mais velhas?

A resposta que parece padrão é a de que a geração mais velha empresta experiência, enquanto a mais nova empresta a energia. Mas me parece que assim se estabelece um “pré-conceito”. O que acredito que devemos emprestar uns aos outros aqui é a capacidade de ter calma na administração da carreira.

A geração mais nova está sempre em busca de assumir novos desafios, o que posso chamar de “carreira pula-pula”. Saltar pode nos levar mais rápido mas, talvez, não tão longe. Os mais velhos nos ensinam a construir uma carreira que não

precise saltar, mas que se construa com consistência e mais preparo e, para que isso aconteça, é importante encontrar a empresa certa para se trabalhar.

Os mais novos emprestam a facilidade de adquirir conhecimento, pois são autônomos na busca de aprendizado, enquanto os mais velhos estão adeptos a uma metodologia de ensino mais clássica. Hoje, os jovens recebem informações de todos os cantos, em todos os formatos e sabem absorver esses conteúdos das mais diversas formas.

Trafegar entre as gerações faz parte da essência de nossa empresa, dentro do escritório e fora dele. Temos clientes absolutamente diversos, de várias gerações, somos uma empresa que inclui todos. “Onde todos compram”. A Pernambucanas é uma empresa de portas abertas.



Sérgio Borriello, CEO da Pernambucanas

Quais são as perspectivas e objetivos da Pernambucanas para o futuro?

Seja devido à pandemia ou ao digital, nós passamos por transformações neste último período. Uma grande discussão aqui é sobre os canais de vendas, que provaram que várias ações que realizamos no passado estão de volta no presente.

Não podemos ficar parados na loja com a porta aberta, esperando o cliente chegar: devemos correr atrás dele. Nossos clientes hoje são muito mais exigentes, especialmente quando se trata de comunicação e transparência. Isso, para nós, é uma vantagem pois só é possível ser transparente quando existem valores muito consolidados.

A Pernambucanas tem potência. Será a maior varejista do país, a mais digital e com potencial de ser a empresa empregadora que mais inclui pessoas na sociedade, promovendo o desenvolvimento responsável e a formação das pessoas. O futuro da empresa é descobrir quais são os canais e de que maneira eles

funcionarão melhor com nossos clientes, sempre nos adaptando à realidade.

O que você espera para a Sustentabilidade da Pernambucanas nos próximos anos?

É muito importante que a gente saiba por que trabalha e para quem trabalha. A empresa passou e continua passando por transformações importantes e é bom sempre refazer esse alicerce para que continuemos fortes nas suas convicções.

Sustentabilidade é fazer sem falar que é para sustentabilidade. Eu acredito que toda vez que tivermos que fazer uma declaração das nossas metas, é porque está nos faltando inspiração, entusiasmo. Nossas ações devem ser construídas pelo próprio organismo e com ações de sustentação. É isso que tem a ver com a nossa história.

Criamos uma oficina em nosso Centro de Distribuição durante um momento difícil de expansão pois precisávamos de equipamentos para nossa casa: então, decidimos ensinar pessoas daquela região. Fizemos isso pensando em viabilizar



Da direita para esquerda: Abel Batista do Amaral /Diretor Comercial Imobiliário, Darci Benedito Mercúrio/ Diretor de Expansão e Antonio Carlos Gavilan/ Diretor de Engenharia e Manutenção

peças e promover a educação dentro dos nossos alicerces, porque queríamos expandir e gerar mais empregos. Essa ação ficou cercada dos nossos princípios e dos nossos valores, sem necessariamente ficar caracterizada ou chancelada como um projeto social, ambiental ou econômico. Temos que fazer ações por nossa convicção e não por conveniência.

Usei este exemplo, mas existem muitos outros que são sustentáveis e perenes, alinhados com nossos valores.

A gente vê que você se emociona muito quando entra nos temas de inclusão social e diversidade na nossa empresa, como você enxerga isso hoje?

A emoção que eu sinto não tem a ver comigo, tem a ver com minha história. Existem duas coisas que aprendi na vida: uma é o prazer que temos ao nos realizar e a segunda é nos realizarmos por meio dos outros. Isso é uma das minhas maiores motivações. Não é sobre onde eu quero chegar, mas é o que posso fazer para que os outros se desenvolvam:

então, sempre que promovo ou contrato alguém e, até mesmo, quando inauguro uma loja, é mais do que prazer, é um legado. É por isso que me emociono: eu me realizo com a realização do outro.

Qual legado você gostaria de deixar pelos próximos 100 anos?

Quando a gente analisa a história da empresa, existem condições que são superimportantes, que podemos fazer referência com uma casa. A casa Pernambucanas é forte e sólida pelos seus fundamentos e pelas pessoas que a habitam. Essas duas coisas precisam estar em consonância: a fundação precisa ser forte e as pessoas precisam ter muita consciência do papel delas para a casa continuar funcionando. É muito importante que a gente saiba por que trabalha e para quem trabalha. Entender que a empresa passou e passa por transformações importantes, quem são seus donos, como é que ela age. Precisamos refazer tudo isso, um alicerce novo para que a empresa fique forte em suas convicções. Dentro de um lar temos que refazer aquilo que



nos sustenta. A maior importância é conseguirmos compreender o que é nossa cultura e fazer transportar aquilo que nos carrega hoje, para política e ação.

Qual seu maior orgulho enquanto líder da nossa empresa?

Eu tenho muitos. Tenho orgulho da história da Pernambucanas, mas escolho falar do meu orgulho mais recente que é resultado da pesquisa de engajamento em 92%: olhar para esse resultado é, novamente, poder me realizar por meio dos outros. É como comparar com uma partida de futebol onde quero que o time ganhe - o orgulho é coletivo. Vejo isso para o futuro da empresa, conservar uma cultura humanizada, sendo sempre uma empresa que inclui, não exclui.

O programa de expansão foi uma das nossas maiores conquistas nos últimos anos, voltamos para o Nordeste, nos emocionamos. O que você sente quando sabe que escreveu esse capítulo na história da empresa?

Inaugurar a primeira loja no Nordeste foi uma festa, algo maravilhoso. Deixamos um legado para o Brasil mas, quando se está tão envolvido no processo, temos pouca consciência disso. Então, é difícil dizer exatamente como me sinto, mas sei que estou conectado com a empresa,

com os valores e formação. Não faço isso por vaidade pessoal, porque a história da Pernambucanas é muito maior do que a gente e isso não é feito apenas por uma pessoa, é no coletivo. Estou orgulhoso - tanto por fazer parte disso como por pertencer a algo tão significativo na história. Um dia teremos 1.200 lojas, eu não sei se ainda estarei aqui, mas espero que alguém me chame para vivermos juntos.

Muitas pessoas disseram que a pandemia transformaria o estilo de vida das empresas, das pessoas, do mundo. Qual é o maior aprendizado que você acredita que a pandemia tenha nos deixado?

Existem três aprendizados superimportantes. O primeiro é cuidar da saúde, as pessoas se deram conta disso. Após a Covid-19 precisamos atuar com prevenção para evitar que não percamos outras milhares de vidas e pessoas importantes para nós - saúde é coisa séria e devemos dar atenção a ela. A segunda lição tem a ver com digitalização e transformação digital: antes mesmo da pandemia, a Pernambucanas lançou os totens CRP (Central de Relacionamento Pernambucanas) nas lojas porque pensávamos na acessibilidade e facilidade. Com a chegada da pandemia, estávamos preparados. E a terceira lição é 'faça aquilo em que você acredita e um dia isso vai funcionar!'



“

“OS ÚLTIMOS CINCO ANOS FAZENDO PARTE DO PROJETO DE EXPANSÃO ESTÃO MARCADOS EM MINHA MEMÓRIA NESTA TRAJETÓRIA DE 60 ANOS DE PERNAMBUCANAS. AQUI É A MINHA SEGUNDA FAMÍLIA.”

2.

DESTAQUES 2020 E 2021

[2-1] [201-1]*

INDICADOR PRÓPRIO: PERNAM1

*Indicadores das Normas da Global Reporting Initiative (GRI)
Mais detalhes aqui

DARCI BENEDITO MERCÚRIO

Diretor de Expansão, há 60 anos na família Pernambucanas.



Clique aqui ou acesse o QRCode e conheça a história do Darci pelo podcast

Os destaques das nossas ações no biênio demonstram que, mesmo com os desafios trazidos pela pandemia da Covid-19, **nos superamos** na busca pelo

bom desempenho econômico-financeiro e de gestão, atuando talvez no período mais instável dos últimos tempos.

2.1 DESEMPENHO DE GESTÃO

NOSSAS CONQUISTAS



94 LOJAS INAUGURADAS

38 em 2020
56 em 2021



4 ESTADOS RECONQUISTADOS

Bahia, **Pernambuco**,
Sergipe
e Tocantins



EXPANSÃO EXPONENCIAL NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



51 CIDADES

21 em 2020
29 em 2021



2.853 EMPREGOS GERADOS

1166 em 2020
1687 em 2021



TOTAL DE 472 LOJAS

467 lojas físicas
Canais digitais
5 lojas PEFISA



9 MILHÕES DE CLIENTES

6,4 Milhões de
contas digitais



PRESENTE EM 15 ESTADOS E DISTRITO FEDERAL



NOTA DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE 78



NOTA DE SATISFAÇÃO DO COLABORADOR 92



450K M² DE ÁREA DE VENDAS

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS



Pernambucanas 2021 em vídeo RETROSPECTIVA 2021



2021

- Uma das 25 Melhores Empresas para Trabalhar - site de vagas Indeed
- Uma das Empresas mais Inovadoras do País - Ranking Setorial do Prêmio Valor Inovação do jornal Valor Econômico (terceira vez consecutiva)
- Workplace Customer Success Awards 2021 - categoria "Líder de Cultura" com o case "#TamoJunto, o nosso jeito de liderar"
- Empresas que Mais Respeitam o Consumidor 2021 - categoria Lojas de Departamento - Vestuário
- Disney de Melhores do Ano - celebrando e afirmando a parceria Espaço Disney
- Prêmio Sustentare - coleções de Denim pelo desenvolvimento de peças que ajudam a reduzir os impactos ambientais no planeta.
- Prêmio Ética nos Negócios - Atuação responsável.
- Prêmio Líderes do Rio 2021 - empresas que mais contribuem com o desenvolvimento do RJ.

2020

- 3ª Varejista que Mais Inova - Prêmio Valor Inovação
- Prêmio Mercado Livre - Top Seller Black Friday 2020
- Destaque na Categoria Omnicanalidade - Prêmio Lide do Varejo 2020
- 1º lugar LATAM - Prêmio Workplace by Meta - Crisis Management na premiação Customer Awards for Workplace Contest
- Empresa que Mais Respeita o Consumidor 2020 - categoria Lojas de Departamento - Vestuário
- Prêmio Sustentare - coleções de Denim, peças que ajudam a reduzir os impactos ambientais no planeta.
- **PEFISA**: 3ª posição no Ranking das Financeiras do Estádio Finanças



1, 4 - Prêmio Workplace Customer Success Awards 2021, categoria Líder de Cultura com o case "Tamojunto, o nosso jeito de liderar".

2 - Prêmio Ética nos Negócios - Atuação Responsável.

3 - Francine de Lucca Mottin, Diretora Executiva Comercial, com o Prêmio Disney Melhores do Ano 2021: celebrando e afirmando nossa parceria no Espaço Disney.

5 - Prêmio Melhores Empresas para Trabalhar - 2021.

6 - Prêmio Sustentare - coleções de Denim.



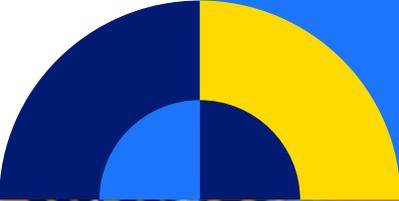
Loja do Shopping Aricanduva, São Paulo - SP.

NOSSA PRIMEIRA LOJA DISNEY

Em dezembro de 2020, inauguramos a nossa primeira loja Disney da América Latina, com 313 m², no Shopping Center Leste Aricanduva (São Paulo, SP), em uma parceria inédita com uma das empresas mais admiradas do mundo. É um espaço exclusivo de produtos licenciados das marcas Mickey e amigos, Princesas, Frozen, Marvel e Star Wars.

Além dos itens de vestuário para os públicos infantil e adulto, são oferecidos também produtos para o lar e

eletroportáteis, livros, pelúcias, fantasias, brinquedos e itens de beleza. Provedores e caixas com decoração temática e um cenário especial para tirar fotos completam o cenário. Depois de Aricanduva, foi a vez de Copacabana (Rio de Janeiro, RJ), Belo Horizonte Centro (Belo Horizonte, MG) e Shopping Riomar (Recife, PE).



O colaborador Jefferson Custódio recebe a sacola retornável apresentada aos clientes nas inaugurações das nossas lojas.

AÇÕES DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

O maior destaque da Pernambucanas está no cuidado com as pessoas. Frente à pandemia isso não foi diferente. Em 2020, com o avanço do vírus e a incerteza que se instalou em todo o mundo, a solidez da marca Pernambucanas foi fundamental na contribuição para o enfrentamento à Covid-19 no Brasil. Dentre as diversas ações realizadas, destacamos:



100 mil máscaras cirúrgicas doadas a hospitais em 2020;



Mais de 143 mil peças de roupas e calçados doados a pessoas e instituições do entorno de várias das nossas lojas;



Apoio direto aos nossos clientes pelos canais de atendimento variados;



22 mil peças de amostras de vestuário e calçados para a ONG Gerando Falcões. **Acesse aqui o vídeo do CEO da ONG, Edu Lyra, agradecendo as doações.**



Criação e disponibilização de curso online gratuito de Libras no nosso site para toda a sociedade: clientes, colaboradores, comunidades do entorno e demais interessados;



Criação e disponibilização de curso online gratuito de combate à violência doméstica no nosso site para toda a sociedade: clientes, colaboradores, comunidades do entorno e demais interessados;



Criação dos Comitês de Gestão de Crise, Contingências Comerciais e Liquidez/Fluxo de Caixa;



Em relação aos nossos colaboradores, aplicamos a Lei 14.020/2020 de garantia dos contratos de trabalho desde o início da disseminação da Covid-19, e **adotamos diversas ações preventivas**, dentre elas: suspensão de viagens nacionais e internacionais; adiamento de eventos internos e externos; afastamento de colaboradores enquadrados nos grupos de risco; aumento das medidas de prevenção de todas as equipes, autorizando o trabalho em casa para todas as atividades possíveis; reforço das medidas de higienização de todas as unidades; antecipação do calendário de vacinação contra a gripe, seguindo os protocolos de segurança dos órgãos de saúde. **Comunicação constante com as equipes pela rede social interna (Workplace),**

veiculando diariamente vídeos do CEO e do médico responsável pela área médica da empresa, com o objetivo de informar os colaboradores sobre cada atualização e orientá-los em relação a todos os cuidados necessários à saúde. Esta ação tornou a comunicação interna cada vez mais conectada com nossos colaboradores, mais ágil, transparente, interativa, colaborativa, inovadora e simples.

Foram também tomadas todas as iniciativas como esterilização periódica do espaço, marcações no chão para visualizar as distâncias recomendadas, aberturas de docas para ventilação, além de ações específicas no refeitório e nos vestiários. Posteriormente, nas regiões em que os órgãos oficiais autorizaram a reabertura do comércio, a Pernambucanas adotou as recomendações locais e implantou protocolo interno nas lojas, como o uso obrigatório de máscara, medição de temperatura, disponibilização de álcool em gel e todas as iniciativas possíveis para mitigação dos riscos de contágio.

No Escritório Central, a retomada das atividades adotada envolveu, entre outras medidas, o revezamento das equipes, horários alternados de trabalho, medição automática de temperatura na entrada, higienização constante e disponibilização de álcool em gel, uso obrigatório de máscaras e o distanciamento entre as baias.

Ações da PEFISA

- Milhares de ligações para as casas dos brasileiros para esclarecer dúvidas e apoiá-los nesse momento difícil;
- Instalação de totens de atendimento em algumas lojas para pagamento de faturas do cartão, verificação de extrato e outros serviços;
- Implantação do Acordo Covid com redução de taxas de refinanciamento e de parcelamento de fatura sem entrada e com carência de até 90 dias;
- Criação e disponibilização de curso online e gratuito de educação financeira no nosso site para toda a sociedade: clientes, colaboradores, comunidades do entorno e demais interessados.

Lançamento do nosso cartão PEFISA ELO.



VOCÊ SABIA?

A PEFISA EXISTE HÁ MAIS DE 40 ANOS, POSSIBILITANDO ACESSO FINANCEIRO A TODA FAMÍLIA BRASILEIRA, E A NOSSA PRIMEIRA LOJA FÍSICA FOI INAUGURADA EM 2021.



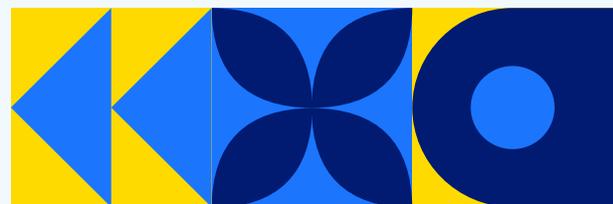
2.2. DESEMPENHO ECONÔMICO E FINANCEIRO¹

O ano de 2020 foi severamente impactado pela pandemia da Covid-19, trazendo um cenário de incerteza e diversas medidas sanitárias para a contenção do vírus no país e no mundo. No início de 2021, com a chegada da segunda onda da pandemia, as medidas restritivas continuaram e deu-se início à vacinação e, assim, à esperança.

A Pernambucanas, embora atenta à situação, se manteve firme ao compromisso de levar sua marca a um

número cada vez maior de lares no país e, como resultado, encerrou o ano fiscal de 2021 com 56 novas lojas, consolidando sua presença em todos os Estados brasileiros, incluindo a memorável volta a Pernambuco, o Estado onde a empresa começou.

Em 2021, a Pernambucanas encerrou o ano com a receita líquida de R\$ 4.028.508, crescimento de quase 9% frente aos R\$ 3.687.795 registrados em 2020.



1. Os destaques financeiros aqui mencionados são baseados no escopo de consolidação da Arthur Lundgren Tecidos S.A - Casas Pernambucanas (Controladora) e suas entidades controladas diretas e indiretas: PEFISA S.A - Crédito, Financiamento e Investimento, Hotel Jatiúca S.A, Arthur Lundgren Investimentos, Incorporação e Administração Ltda., Muricy Sociedade Comercial Ltda., Lundserv Administradora de Cartões de Crédito e Serviços Gerais S/C Ltda., Tropicana de Hotéis e Turismo S.A, Jatiúca Administradora e Serviços Ltda., PEFISA Corretora de Seguros S.A e Pernambucanas Administradora e Promotora de Vendas e Serviços Ltda.

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2021 e 2020
(Em milhares de Reais)

	Nota	Controladora		Consolidado	
		2021	2020	2021	2020
RECEITAS		4.797.629	4.195.007	5.420.138	4.755.969
Vendas de mercadorias, líquidas de cancelamentos e devoluções	23	4.278.226	3.723.602	4.332.518	3.800.626
Produtos e serviços financeiros	23	43.782	44.757	1.057.758	1.011.648
Provisão para crédito de liquidação duvidosa	25	-	-	(403.061)	(360.939)
Outras receitas operacionais	25	475.621	426.648	432.923	304.634
Insumos adquiridos de terceiros		(2.541.226)	(2.147.541)	(3.003.116)	(2.507.883)
Custo das vendas de mercadorias e serviços prestados	24	(1.992.512)	(1.815.597)	(2.093.757)	(1.880.521)
Materiais, energia, serviços de terceiros e outros		(606.108)	(362.244)	(901.017)	(663.186)
Perda/recuperação de valores ativos		57.394	30.300	(8.342)	35.824
Valor adicionado bruto		2.256.403	2.047.466	2.417.022	2.248.086
Depreciação e amortização	25	(242.423)	(196.239)	(266.454)	(219.031)
Valor adicionado líquido produzido pela Companhia		2.013.980	1.851.227	2.150.568	2.029.055
Valor adicionado recebido em transferência		148.598	101.018	157.039	102.209
Resultado de equivalência patrimonial	13	51.365	54.839	54.845	55.381
Receitas financeiras	26	97.233	46.179	102.194	46.828
Valor adicionado total a distribuir		2.162.578	1.952.245	2.307.607	2.131.264



	Controladora			
	2021	2020	2021	2020
RECEITA	3.179.422	2.818.840	4.028.508	3.687.795
Custo das vendas e dos serviços prestados	(1.992.512)	(1.796.099)	(2.093.757)	(1.865.890)
Lucro bruto	1.186.910	1.022.741	1.934.751	1.821.905
Despesas com vendas	(1.152.178)	(961.582)	(1.139.159)	(934.191)
Despesas gerais e administrativas	(292.091)	(349.696)	(524.860)	(596.980)
Perda por redução ao valor recuperável de contas a receber	0	-	(403.061)	(360.939)
Participação nos lucros de controladas	51.365	54.839	-	-
Outros resultados operacionais	475.621	523.466	432.923	398.486
Resultado antes das despesas financeiras líquidas e impostos	269.627	289.768	300.594	328.281
Receitas financeiras	97.233	50.493	102.194	51.142
Despesas financeiras	(276.193)	(139.343)	(282.820)	(142.544)
Despesas financeiras, líquidas	(178.960)	(88.850)	(180.626)	(91.402)
Resultado antes dos impostos	90.667	200.918	119.968	236.879
Imposto de renda e contribuição social corrente	110.976	(37.788)	101.379	(73.919)
Imposto de renda e contribuição social diferido	55.083	(15.336)	35.379	(15.166)
	166.059	(53.124)	136.758	(89.085)
Lucro líquido	256.726	147.794	256.726	147.794
Atribuível a Acionistas da Companhia			256.726	147.794
Participação dos não controladores			87	(15)
			256.813	147.779
Lucro líquido básico e diluído por ação - R\$			1,71	0,99



A distribuição do valor adicionado em 2021 foi 8,8% maior do que em 2020 e deu-se em grande parte pelo pagamento de impostos, taxas e contribuições, representando 50,29%

do valor total, seguido do gasto com pessoal e encargos, totalizando 27,13%, seguido da remuneração de capitais de terceiros (15,854%) e remuneração de capitais próprios (6,74%).

Exercícios findos em 31 de dezembro de 2021 e 2020 (Em milhares de Reais)

DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	(2.162.578)	(1.952.244)	(2.307.607)	(2.131.264)
Pessoal e encargos	(609.247)	(520.258)	(625.978)	(564.354)
Remuneração	(476.136)	(408.963)	(489.800)	(442.603)
Benefícios	(80.721)	(68.744)	(83.657)	(74.001)
FGTS	(38.975)	(35.005)	(39.098)	(36.751)
Outros	(13.415)	(7.546)	(13.423)	(10.999)
Impostos taxas e contribuições	(1.087.201)	(1.032.316)	(1.160.536)	(1.104.448)
Federal	(315.215)	(366.426)	(378.125)	(432.617)
Estadual	(771.109)	(664.935)	(771.296)	(665.033)
Municipal	(877)	(955)	(11.115)	(6.798)
Remunerações de capitais de terceiros	(310.517)	(279.017)	(365.480)	(341.809)
Juros	(205.987)	(173.938)	(207.592)	(175.913)
Aluguéis	(108.459)	(88.919)	(161.784)	(149.681)
Outros	3.929	(16.160)	3.896	(16.215)
Remunerações de capitais próprios	(155.613)	(120.653)	(155.613)	(120.653)
Dividendos		(52.250)		(52.250)
Lucros retidos	(155.613)	(68.403)	(155.613)	(68.403)



Os resultados financeiros obtidos pelo Grupo Pernambucanas são reflexo da resiliência presente no DNA da companhia desde sua fundação.

Em 2020, mesmo diante de severas restrições operacionais por conta do coronavírus, o ano foi uma oportunidade para a companhia se reinventar e acelerar sua entrada no meio digital, conquistando o **aumento de 1.081% na receita proveniente do e-commerce** (website,

aplicativo, whatsapp, Clique e Retire), além de um total de 38 inaugurações de lojas físicas. **Somando os anos de 2020 e 2021, foram inauguradas 94 lojas novas em todo o território nacional.**

Para mais informações sobre o nosso desempenho econômico-financeiro, acesse a área de Relações com Investidores, no nosso site. (<https://ri.pernambucanas.com.br/central-de-resultados/>)



Colaborador Arthur Brito no Espaço do Clique e Retire em uma das nossas lojas.



“

“AO CHEGAR NA
PERNAMBUCANAS FIQUEI
BEM À VONTADE COM O
MEU CABELO, SOU UMA
MENINA NEGRA QUE USA
O CABELO BLACK E AQUI
PUDE SER VALORIZADA E
RESPEITADA.”

3.

APRESENTAÇÃO DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE 2020/2021

[2-2] [2-3] [2-4] [2-5]*

*Indicadores das Normas da Global Reporting Initiative (GRI)
[Mais detalhes aqui](#)

AMANDA DE SOUZA NERES

Jovem Aprendiz, há cinco meses
na família Pernambucanas.



Clique aqui ou
acesse o QRCode e
conheça a história da
Amanda pelo podcast

VOCÊ SABIA?

A SIGLA CNPJ/MF DO CADASTRO NACIONAL DE PESSOAS JURÍDICAS FOI CRIADA EM 1998 E OS QUATRO NÚMEROS APÓS A BARRA (0001) FORAM CRIADOS EM FUNÇÃO DO NÚMERO DE LOJAS DA PERNAMBUCANAS NAQUELA ÉPOCA E QUE PODERIA ULTRAPASSAR AS MIL LOJAS.



Este Relatório de Sustentabilidade apresenta os aspectos mais importantes das atividades da Pernambucanas no **período de 1 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2021**. Nosso primeiro relatório de sustentabilidade foi publicado em 2020 com a demonstração dos aspectos de 2019 e encontra-se em nosso site para consulta.

O documento foi preparado em conformidade com as **“Normas da Global Reporting Initiative (GRI) - opção De Acordo”**. Os indicadores GRI estão apontados no início de seu respectivo capítulo, sempre entre colchetes e negrito, indicando os temas materiais a que estão relacionados. Um índice completo desses indicadores está nas páginas finais deste relatório (**capítulo 11 “Sumário GRI”**), com as páginas em que estão inseridos, incluindo razões de omissões neste documento.

Uma lista de temas materiais foi definida pela empresa e utilizada como base para o conteúdo deste relatório. Mais detalhes sobre o processo da definição desses temas encontram-se mais adiante, no **capítulo 10 “Materialidade”**.

Este relatório foi avaliado pela diretoria da Pernambucanas e endossado pelo seu mais alto órgão de governança, que revisou e aprovou todas as informações reportadas.

Como a empresa possui sólido compromisso com a transparência ao divulgar seus resultados operacionais, socioambientais e financeiros, este material está disponível para verificações externas a qualquer momento.



“

“APÓS UM MÊS EM EXPERIÊNCIA,
FUI COMUNICADO PELO
GERENTE QUE NÃO
SERIA EFETIVADO NA
PERNAMBUCANAS. NÃO
CONFORMADO E ACHANDO
INJUSTO, RETORNEI NO DIA
SEGUINTE COMO SE NADA
TIVESSE ACONTECIDO. E LÁ SE
VÃO 58 ANOS QUE FAÇO PARTE
DESTA GRANDE FAMÍLIA.”

4.

A PERNAMBUCANAS

[2-1] [2-6] [3]*

*Indicadores das Normas da Global Reporting Initiative (GRI)
[Mais detalhes aqui](#)

ABEL BATISTA DO AMARAL

Diretor Comercial Imobiliário, há
58 anos na família Pernambucanas.



Clique aqui ou
acesse o QRCode e
conheça a história do
Abel pelo podcast

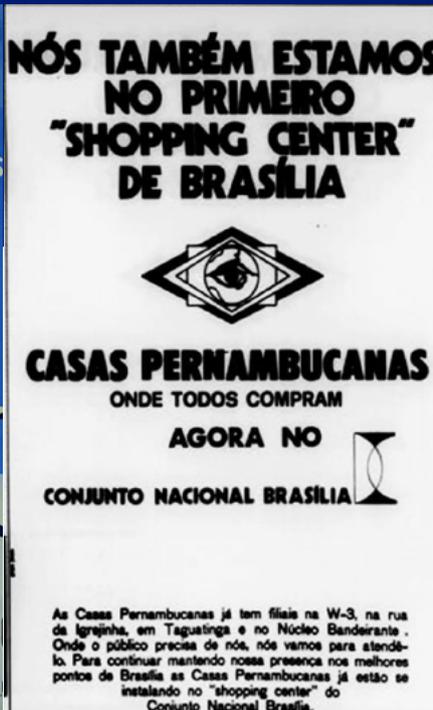
A história da Pernambucanas tem início em 1904, na cidade de Recife, com o passo empreendedor e considerado ousado para a época do sueco Herman Theodor Lundgren, que adquiriu a então companhia de Tecidos Paulista, no município de Paulista, região metropolitana de Recife, acrescentando a produção de tecidos ao negócio da família, que era uma fábrica de pólvora. O seu falecimento precoce em 1907 levou a família a se reorganizar na administração e expansão dos negócios,

sendo assim fundada, em 1908, a empresa Fazendas Casas Pernambucanas, voltada ao comércio de tecidos. A primeira loja foi inaugurada em setembro desse ano, em Recife, e, já em 1910, surgiu a primeira loja de São Paulo (SP), na Praça da Sé. Diz a história que o objetivo era “manter a fábrica em paralelo à modernidade”. Uma modernidade que permanece viva até hoje e abre o espaço para nos permitir evoluir com a família brasileira.

114 ANOS DE HISTÓRIA

1910

2022





4.1 A NOSSA MARCA

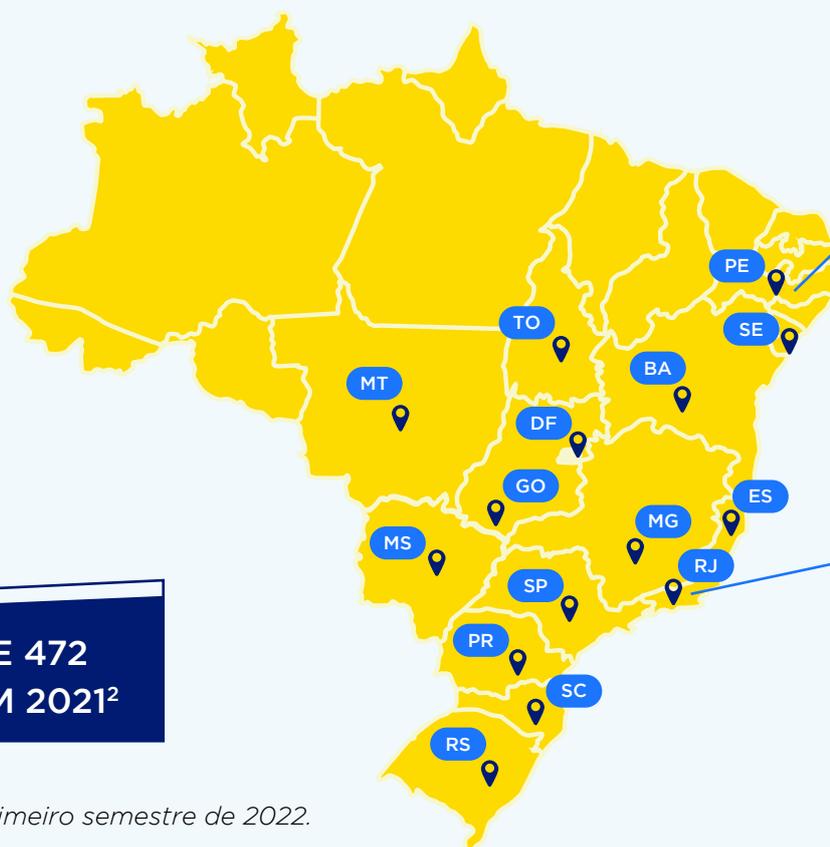
Controlada por Arthur Lundgren Tecidos S/A - Casas Pernambucanas, é **referência no varejo nacional, símbolo de pioneirismo e contribuição para o progresso de diversas cidades do país.**

Quando, em 1908, Arthur, um dos dois herdeiros de Herman Lundgren, assumiu continuar os negócios fabris do pai, não imaginava que aquela veia empreendedora estava apenas dando os primeiros impulsos para a marca que, anos depois, seria uma das grandes líderes do varejo nacional.

Em 2021, a empresa estava presente em mais de 330 cidades, 14 Estados e Distrito Federal, 470 lojas e contava com cerca de 16 mil colaboradores. Atingimos todos os cantos do Brasil por meio da nossa

loja online, aplicativos, site, mobile e desktop, além das vendas por WhatsApp. Possuímos um moderno centro de distribuição na cidade de Araçariguama (SP), além de escritório central e uma Universidade Corporativa em São Paulo.

Além do varejo de vestuários, artigos para o lar, eletroportáteis, produtos de tecnologia e informática (ver detalhes mais à frente), a Pernambucanas agrega mais duas unidades de negócio: a **PEFISA, fintech** da companhia, responsável pelo desenvolvimento e gestão dos produtos como cartões, empréstimo pessoal e seguros; e a **Alinc**, que visa rentabilizar os ativos imobiliários do grupo.



Concretização do Plano de Renacionalização: voltamos para as cinco regiões do Brasil, em especial para **Pernambuco** - a nossa cidade natal!



Expansão exponencial no estado do Rio de Janeiro

TOTAL DE 472 LOJAS EM 2021²

²484 lojas no primeiro semestre de 2022.



INAUGURAÇÕES 2020



COLATINA - ES



DIVINÓPOLIS - MG



PONTA PORÃ - MS



SERRA - ES



SÃO SEBASTIÃO - SP



SOBRADINHO - DF



SÃO LEOPOLDO - RS



SHOPPING METROPOLITANO BARRA - RJ



RIO GRANDE - RS



SHOPPING MAX JUNDIÁ - SP



BARBA MANSÁ - RJ



TERESÓPOLIS - RJ



LINHARES - ES



SANTA CRUZ DO SUL - RS



PATOS DE MINAS - MG



MANHUAÇU - MG



CURVELO - MG



RIO DE JANEIRO - RJ



QUEIMADOS - RJ



SHOPPING BOULEVARD VILA VELHA - ES



24 DE OUTUBRO GOIÂNIA - GO



LARGO DO JAPONÊS - SP



CUIABÁ CENTRO - MT



SHOPPING UBERABA - MG



BELFORD ROXO - RJ



ARARUAMA - RJ



SHOPPING BOULEVARD LONDRINA - PR



DUQUE DE CAXIAS - RJ



DUQUE DE CAXIAS - RJ



FORMOSA - GO



SHOPPING PALLADIUM - PR



VIA LIGHT - RJ



TRÊS RIOS - RJ



JARAGUÁ DO SUL - SC



SÃO GONÇALO CENTRO - RJ



RIO DE JANEIRO - RJ



SHOPPING VIA BRASIL - RJ



CAMPO GRANDE CARIOCA - RJ





INAUGURAÇÕES 2021



SHOPPING TIETÊ - SP



PARACATU - MG



SHOPPING PIRACICABA - SP



SHOPPING MARICÁ - SP



BANGU CENTRO - RJ



SHOPPING PARK CAMPO GRANDE - RJ



SHOPPING D - SP



ARUJÁ CENTRO - SP



ARUJÁ - SP



RECIFE - PE



SHOPPING CONTINENTE - SC



URUGUAIANA - RS



GURUPI - TO



SHOPPING VILA VELHA - ES



SHOPPING BELA VISTA - BA



NILÓPOLIS - RJ



RUA RIO DE JANEIRO BH - MG



CAMPINAS SHOPPING - SP



TEIXEIRA DE FREIAS - BA



RECIFE - PE



SHOPPING BOULEVARD RIO - RJ



TAQUARA - RJ



SÃO JOSÉ DOS CAMPOS - SP



BIG SHOPPING - MG



SHOPPING ABC - SP



EUNÁPOLIS - BA



SHOPPING AMÉRICAS RECREIO - RJ



SHOPPING MADUREIRA - RJ



VITÓRIA DA CONQUISTA - BA



SHOPPING RIOMAR ARACAJU - SE



SIDROLÂNDIA - MS



SHOPPING DA BAHIA - BA



SHOPPING JARDIM GUADALUPE - RJ



SETE LAGOAS - MG



SHOPPING SALVADOR - BA



COPACABANA - RJ



LAGES - SC



SHOPPING SANTA CRUZ CARIOCA - RJ



SHOPPING JACAREPAGUÁ - RJ



SHOPPING PAVUNA - RJ



COSMÓPOLIS - SP



CORONEL FABRICIANO - MG



SHOPPING BOULEVARD CAMPOS - RJ



CABO FRIO - RJ



RESENDE - RJ



SHOPPING CAJAMAR - SP



SANTANA DO LIVRAMENTO - RS



GRAVATAÍ - RS



SHOPPING XAXIM - PR



CAPIVARI - SP



CACHOEIRO DO ITAPEMIRIM - ES



ARAGUAÍNA - TO



SHOPPING MOGI GUAÇU - SP



SHOPPING WEST PLAZA - SP



BACAXÁ - RJ



SÃO JOÃO DO MERITI - RJ



NOSSA TRAJETÓRIA SE ENTRELAÇA COM A HISTÓRIA DO BRASIL NOS ÚLTIMOS DOIS SÉCULOS E, HOJE, TEMOS ORGULHO DE AFIRMAR QUE SOMOS PARTE DA VIDA DE MILHARES DE FAMÍLIAS BRASILEIRAS, CULTIVANDO UMA ATUAÇÃO ÉTICA E RESPONSÁVEL. COMO VAREJISTAS, ACOMPANHAMOS TODOS OS MOVIMENTOS DO MUNDO, BUSCANDO O APRIMORAMENTO CONSTANTE E A ADEQUAÇÃO ÀS NECESSIDADES DOS NOSSOS CLIENTES. POR ISSO, SABEMOS QUE ATUAR VOLTADOS À SUSTENTABILIDADE, **EM TODAS AS SUAS FRENTES - SOCIAL, ECONÔMICA E AMBIENTAL - É CONDIÇÃO FUNDAMENTAL PARA AJUDARMOS A TORNAR O NOSSO MUNDO MELHOR. EM NOSSA ÚLTIMA PESQUISA, 88,5% DOS COLABORADORES CONCORDARAM COM A AFIRMAÇÃO DE QUE A PERNAMBUCANAS É UMA EMPRESA SOCIALMENTE E AMBIENTALMENTE RESPONSÁVEL!**

Atualmente, seguindo a tradição familiar que está conosco todos esses anos, a rede é controlada por cinco holdings que fazem parte da família de Herman Theodor Lundgren.

Veja a nossa estrutura societária a seguir.



COMO SOMOS HOJE, QUEM INVESTE E ACREDITA NOS NOSSOS PROPÓSITOS³

Saiba mais sobre a nossa governança no próximo capítulo, em “Estrutura de Governança”.



3. *Em 2022, BUCANAS se torna ALL (Arthur Axel Lundgren)

(1) Arthur Lundgren Tecidos S/A – Casa Pernambucanas

(2) Lundserv Adm. Cartões De Crédito Serviços Gerais Ltda.

(3) Arthur Lundgren Investimentos, Incorporação E Administração Ltda.

(4) Muricy Sociedade De Comercio, Representação E Participações Ltda.

(5) Pernambucanas Administradora E Promotora De Venda E Serviços Ltda.

(6) PEFISA S.A. – Cred. Financ. E Investimento

4.2 PRODUTOS E SERVIÇOS PARA TODA A FAMÍLIA BRASILEIRA

VESTUÁRIO: feminino, lingerie, masculino, Infantil, acessórios e calçados

LAR: cama, mesa, banho, cortinas, tapetes e decoração

ELETRO: telefonia, eletroportáteis, tecnologia e informática

BELEZA: fragrâncias, corpo e banho, esmaltes e maquiagem

NOVAS CATEGORIAS: óculos, jovem masculino, pet, bebê, fitness, brinquedos, etc.

Ao longo da história, sempre soubemos nos reinventar **movidos por nosso eterno espírito empreendedor**, atuando como uma das empresas líderes do comércio varejista e responsáveis por importantes contribuições ao setor.

A nossa companhia foi, por exemplo, uma das primeiras a implantar o sistema de código de barras no varejo, criamos o formato de crediário via carnê de pagamento, cartão de financiamento próprio, aceitação de diversos cartões de crédito e, ainda, a atuação da área de serviços financeiros com oferta de seguros e garantias estendidas. Em todas as nossas lojas, por meio da plataforma digital por tablets, concedemos crédito em **sete minutos** e emitimos cartão instantâneo, dentre outros serviços. Pensando na acessibilidade digital, disponibilizamos Wi-Fi grátis em todas as lojas.

Nossas relações com a sociedade civil são voltadas à construção de boas práticas coletivas em nosso setor. **O olhar para as mudanças climáticas, responsabilidade social e combate às desigualdades faz parte das nossas estratégias em todos os eixos de atuação.**

100% DAS NOSSAS RELAÇÕES COM OS FORNECEDORES DE PRODUTOS E SERVIÇOS ESTÃO SUBMETIDAS A CONTRATOS QUE CONTEMPLAM CLÁUSULAS RELACIONADAS AOS **DIREITOS HUMANOS**, COMO REPÚDIO AO TRABALHO ESCRAVO E INFANTIL, POR EXEMPLO, E CLÁUSULAS SOCIOAMBIENTAIS (VER MAIS SOBRE NOSSOS PRODUTOS E FORNECEDORES NO **CAPÍTULO 7. FORNECEDORES**).

PEFISA



Inauguração da loja física PEFISA em 2021 na cidade de São Paulo.

PEFISA

Nossa financeira desde 1970, com foco na democratização do acesso a serviços e produtos financeiros (B2C, B2B B2B2C).

A PEFISA nasceu dentro do varejo e esse é o seu DNA. Ao longo dos anos, as suas soluções evoluíram e se diversificaram, levando à sua consolidação no mercado financeiro.

É responsável pelo desenvolvimento e gestão de produtos como cartões, empréstimo pessoal, seguros e conta digital, com diferenciais como simplicidade, praticidade e sem burocracia, prezando sempre por bons relacionamentos, pelo atendimento próximo e, principalmente, por “jogar junto” **pra gente como a gente**.

PRODUTOS E SERVIÇOS

B2B: Conta PJ (saldo, pagamento, transferência, investimentos), linhas de crédito, antecipação de recebíveis, aquisição, seguros massificados, cobrança, soluções para colaboradores, PIX;

B2C: saques, depósitos, emissão de fatura, transferência, crédito, portabilidade de salário, compras online, ampla gama de seguros, PIX;

B2B2C: funding, emissão de TED, DOC e boleto, seguros, CDB, LC, cartões, conta digital, processamento, **PIX**.

PRIMEIRA FINTECH DE UMA VAREJISTA AUTORIZADA A OPERAR COM PIX!

4.3. INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

Sabemos que nossos produtos de inovação nos permitem atender cada vez melhor e de forma mais eficiente aos desejos dos clientes. No biênio 2020/2021, a inovação foi **uma das grandes forças de apoio** às nossas **ações de venda**.

Em 2020, lançamos um **site exclusivo para o atendimento de empresas** (B2B) e oferecermos, assim, produtos em grandes quantidades e com preços competitivos, como os produtos de cuidados essenciais demandados pela pandemia, uniformes personalizados, smartphones e tablets, notebooks e produtos de cama, mesa e banho.

No que diz respeito ao **consumidor final**, também implantamos duas importantes ações inovadoras:

Pensando em sempre oferecer a melhor experiência de compra aos nossos clientes, em 2020 unimos a facilidade

da compra online com a praticidade e rapidez da retirada dos pedidos na loja por meio do **Clique & Retire**. O cliente compra via canais digitais (vendas através do tablet/CRP com assessoria de um colaborador ou app/site) e escolhe uma loja física para retirar o produto.

Já em 2021, a inovação ficou por conta do **Cupom Por Loja**, uma mecânica de cupons com desconto, implantada ao longo do ano e pela qual os gerentes das lojas físicas solicitam a geração de cupom exclusivo para seu estabelecimento com ofertas regionalizadas e/ou atendendo às necessidades do momento. Após as aprovações internas, os cupons são disponibilizados para vigência semanal e ficam disponíveis para ativação dos clientes via canal digital para utilização nas compras físicas, envolvendo cerca de R\$ 10 milhões em tecnologia, treinamento e processos.

Máquina de CRP (Central de Relacionamento Pernambucanas): totem disponível em nossas lojas para todos os clientes.





4.3.1. INOVAÇÃO EM TRANSPORTES

Transportes é uma área chave para a companhia devido à nossa cobertura geográfica e o número de lojas. As principais iniciativas da equipe de transportes estão relacionadas à inovação e modernidade do processo.

Em 2020, fizemos a revisão da frota dos transportadores, cujos 140 veículos foram substituídos por modelos dentro da vigência de utilização do Arla 32 (2012)^[1], visando reduzir significativamente as emissões de poluentes (CO₂).



Caminhão com baú intercambiável móvel.



BAÚ INTERCAMBIÁVEL MÓVEL

EM AGOSTO DE 2021 IMPLANTAMOS NO RIO DE JANEIRO O PROJETO BIM (BAÚ INTERCAMBIÁVEL MÓVEL) QUE CONSISTE NO USO DE UM ÚNICO CAMINHÃO COM QUATRO BAÚS DIFERENTES E QUE FAZ A TAREFA DE QUATRO CAMINHÕES, PERMITINDO REDUÇÃO DE 40% NA EMISSÃO DE CO₂.



4.3.2 EXPERIÊNCIA “FIGITAL”

A experiência de compra “Figital”, que **integra os canais Físico e Digital**, é considerada referência no setor e une o melhor dos dois universos para fortalecer o relacionamento com os clientes através das plataformas digitais. O formato tradicional de atendimento ao cliente abriu espaço para um relacionamento mais ágil e dinâmico, que gera facilidade, praticidade e mais independência.

Assim, a Pernambucanas conta internamente com um **Laboratório Digital (Lab Digital)**, formado por um time multidisciplinar responsável por ser o

catalisador de inovações na companhia. Uma moderna plataforma digital de relacionamento abrange Wi-Fi em todas as lojas, totem de autoatendimento, aplicativos com funcionalidades inovadoras como a Sacola de Descontos, a utilização de tablet pelos colaboradores das lojas para a venda de Lar, Telefonia, Informática e Eletroportáteis com entrega rápida na casa do cliente, além da aquisição de produtos e serviços financeiros, com destaque para a concessão de crédito 100% digital em até sete minutos e emissão instantânea do Cartão Elo em mais três minutos.



CARTÃO TOP: SERVIÇOS BANCÁRIOS E DE TRANSPORTE PÚBLICO

RESULTADO DA PARCERIA COM A AUTOPASS, OPERADORA DO SISTEMA DE BILHETAGEM ELETRÔNICA, CONCLUÍMOS EM 2021 A PRIMEIRA FASE DO NOVO PRODUTO CARTÃO TOP. DESENVOLVIDO PELO LAB DIGITAL DA COMPANHIA E A PEFISA, É UM CARTÃO QUE UNE OS SERVIÇOS BANCÁRIOS AOS DE BILHETES PARA TRANSPORTE PÚBLICO. COMO SISTEMA DE BILHETAGEM, SUBSTITUIU O CARTÃO BOM DA EMTU (EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES URBANOS DE SÃO PAULO) EM NOVEMBRO DE 2021, E TAMBÉM PODE TER FUNÇÕES DE UMA CONTA DIGITAL PARA OPERAÇÕES BANCÁRIAS EM GERAL.

CHIP Pernambucanas: relacionamento e inovação

Fomos a primeira varejista de moda a lançar um chip próprio de telefonia móvel, em maio de 2021, com vantagens diferenciadas e a segurança da marca:

Maior cobertura 4G do BRASIL, por meio de uma antena própria

- Sem Fidelidade
- Sem Multas
- Sem Cortes de Internet
- Ligações ILIMITADAS para todo território nacional
- Dados móveis acumulativos
- WhatsApp ilimitado



PROGRAMA REVENDEDORES

Em 2021, por meio do programa Revendedores, a Pernambucanas passou a comercializar não apenas artigos de vestuário, calçados, utilidades domésticas, eletroeletrônicos, mas também produtos e serviços financeiros oferecidos pela PEFISA, como cartão, crédito e seguro. A venda direta de produtos financeiros é um diferencial. Antes de decidirmos ingressar no setor, artigos de vestuário já respondiam por 22% do mercado da venda direta. Em 2020, a venda direta movimentou R\$ 45 bilhões no País e avançou 10% sobre o ano anterior, segundo a ABEVD (Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas). O Brasil é, hoje, o sexto maior mercado em venda direta, cuja

liderança é disputada por China e EUA. Usando a venda direta, aumentamos a capilaridade e reconhecemos algo que já acontecia de fato: em municípios menores próximos de cidades onde há uma de nossas lojas, muitas pessoas compram nossas mercadorias para revendê-las. O canal da venda direta tem duas formas de operar; em uma, os revendedores compram os itens da loja, com desconto para revenda em sua rede de contatos e, na outra, usam o catálogo virtual para divulgação aos clientes, que fazem as compras. Neste último caso, a comissão do revendedor pode chegar a 10%.

Leia mais sobre esse programa [aqui](#)



Colaboradoras Thalita dos Santos e Deliane da Silva.

LOJAS PEFISA

Suporte na implementação da Loja PEFISA - App e Cartão específico para Lojas PEFISA

CARTÃO MÚLTIPLO

Funcionalidades Crédito e Débito em um mesmo cartão, emitido na nossa loja.

OUTRAS AÇÕES IMPLEMENTADAS, QUE AGREGARAM GRANDE VALOR À MARCA:

- Member Get Member
- Baú da Felicidade
- Venda de Seguros no App
- Novos Seguros e Assistências
- Efetivação de Empréstimo no App
- Pagar e Sacar nos Caixas Pernambucanas com o App do Cartão (QRCode)
- QRCode ELO
- Cartão Pernambucanas Grafite



“

“**COMECEI NA PERNAMBUCANAS COMO ESTAGIÁRIO, PASSEI POR VÁRIAS ÁREAS PARA CONHECER TODA A OPERAÇÃO, FIZ PARTE DE UMA EQUIPE DE ALTA PERFORMANCE NA LOGÍSTICA, QUE É UMA DAS MINHAS REALIZAÇÕES DA QUAL ME ORGULHO. HOJE ESTOU COMO COORDENADOR DE SERVIÇOS ESPECIALIZADOS EM ENGENHARIA DE SEGURANÇA E MEDICINA DO TRABALHO.**”

5.

ÉTICA, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA

[2-9] [2-10] [2-11] [2-12] [2-13] [2-15]
[2-16] [2-23] [2-26]*

*Indicadores das Normas da Global Reporting Initiative (GRI)
[Mais detalhes aqui](#)

HEWERTHON DE OLIVEIRA SILVA

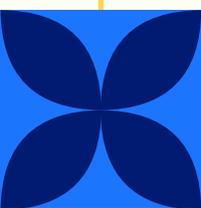
Coordenador de Serviços Especializados em Engenharia de Segurança e Medicina do Trabalho. Faz parte da família Pernambucanas desde 2017.



Clique aqui ou acesse o QRCode e conheça a história da Hewerthon pelo podcast

A Pernambucanas possui uma **Agenda Anual de Governança** Corporativa, que detalha datas e pautas das reuniões do Conselho Consultivo e Comitês

de Assessoramento. Essa agenda é publicada sempre no final do exercício anterior ao de sua vigência.



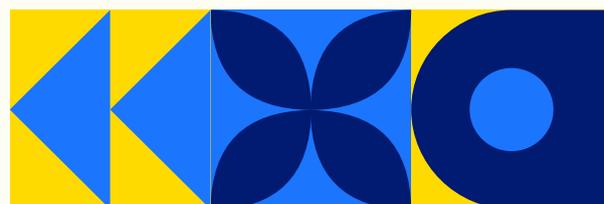
5.1 ESTRUTURA DE GOVERNANÇA

O **Conselho Consultivo** da Pernambucanas é um órgão estatutário, integrado por seis membros eleitos anualmente pela **Assembleia Geral Ordinária**. Esses membros reúnem-se mensalmente de forma ordinária e extraordinariamente sempre que os interesses da companhia assim exigirem. Cabe a esse conselho a orientação das políticas gerais de gestão da empresa, a coordenação das atividades da Pernambucanas com outras empresas correlatas, bem como a manifestação sobre temas que deverão ser submetidos à Assembleia Geral. Trata-se de grupo suportado por **Comitês de Assessoramento**, dentre eles os recém-instalados **Comitês de Ética, Gestão de Riscos, Gente e Remuneração e de Sustentabilidade** que, junto ao trabalho do já instaurado **Comitê de Auditoria**,

possibilitam que os diversos temas que pautam diariamente o nosso trabalho sejam mais bem analisados em seus diferentes aspectos, antes de serem submetidos à apreciação dos conselheiros.

Visando evoluirmos na condução de nossos processos de comunicação com o Conselho, aderindo assim às melhores práticas do mercado, foi lançado no período o **Portal de Governança Corporativa**.

A **Diretoria Executiva da empresa** é composta por sete membros: CEO, CFO & RI, Diretor Executivo Comercial, Diretor Executivo de Operações, Diretor Executivo de Serviços Financeiros, Diretor Executivo de Riscos, Diretor de Gente e Gestão e Diretor Executivo Imobiliário.



5.2 ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

NOSSO PROPÓSITO A MARCA QUE EVOLUI COM A FAMÍLIA BRASILEIRA

NOSSOS VALORES



RESPEITO - Trate tudo e todos como gostaria de ser tratado

Resultado de um processo totalmente transparente, nosso **Propósito** e nossos **Valores** foram definidos em 2017 a partir de uma mobilização interna que envolveu todos os mais de 12 mil colaboradores à época. Começando pela indicação genuína de todos, foram listadas as mais citadas, votadas por um grupo de 70 colaboradores de diferentes cargos, tempos de casa, gênero, etnia, idade, áreas e regiões do país e o processo foi concluído com o envolvimento dos membros da Diretoria Executiva e do Conselho Consultivo.



CONFIANÇA - Aqui fazemos acontecer, pois acreditamos uns nos outros



DIVERSIDADE - Aqui você pode ser o que é e falar o que você pensa



INOVAÇÃO - O digital a serviço do relacionamento



SIMPLICIDADE - Descomplicamos a vida do cliente

A área de Compliance da Pernambucanas se reporta diretamente à **Alta Administração**, garantindo, assim, sua independência dentro da estrutura organizacional. A equipe é composta por profissionais devidamente capacitados, com recursos suficientes para exercício das atividades e possui livre acesso às informações necessárias para o bom desempenho das atribuições.

Sempre buscamos agir com integridade, respeitando o **Código de Conduta e Ética** e o cumprimento das leis. Desta forma, desenvolvemos o **Programa de Compliance** para orientar os colaboradores e prevenir condutas que possam expor a companhia a riscos legais e reputacionais. O programa conta com o apoio da **Alta Administração** e possui nove pilares, conforme ilustração a seguir.



As **Políticas de Compliance** complementam os conceitos do Código de Conduta e Ética, englobando as principais ações e interações da empresa, descrevendo e documentando os procedimentos do programa. Dentre elas estão: **Política de Compliance, Relacionamento com Entidades Públicas, Privadas e de Prevenção à Corrupção, Transações com Partes Relacionadas e demais situações de Potencial Conflito de Interesses e de Brindes e Cortesias Comerciais.**

Os resultados do Programa de Compliance, possíveis desconformidades identificadas e demais informações pertinentes às atividades de Compliance são reportados à Alta Administração e à Auditoria Interna por meio dos comitês

de Governança, para ciência e tomada de decisão, quando necessário.

Nosso **Canal de Ética** tem administração independente por empresa especializada, que possui a experiência necessária para garantir o anonimato e a confidencialidade das informações recebidas. Caso ocorram situações em desacordo com as políticas da empresa ou regulamentações vigentes, cabe aos colaboradores, fornecedores e prestadores de serviços, prontamente, alertarem a área de Compliance, de forma pessoal ou por meio do nosso Canal de Ética pelo número de telefone **0800 941 5360** ou pela **Linha Ética da Pernambucanas**, site específico para esse fim.

“

“SEMPRE GOSTEI DE CINEMA E AMAVA FREQUENTAR AS LOCADORAS DA MINHA CIDADE. NUNCA ME IMAGINEI TRABALHANDO COM AUDIOVISUAL, MAS POR MEIO DE UM PROJETO SOCIAL DO QUAL EU FAZIA PARTE E SE CHAMA INSTITUTO CRIAR, UM DOS PROJETOS QUE A PERNAMBUCANAS INCENTIVA, HOJE TRABALHO NA MINHA ÁREA NA PRODUTORA INTERNA DA COMPANHIA.”

6.

RESPONSABILIDADE SOCIAL E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

[2-29] [203-1] [413-1]*

*Indicadores das Normas da Global Reporting Initiative (GRI)
Mais detalhes aqui

IGOR NEDER LOPES

Atua na Produtora da Pernambuco desde 2019.



Clique aqui ou acesse o QRCode e conheça a história do Igor pelo podcast

VOCÊ SABIA?

OS ALUNOS DA OFICINA ESCOLA, PROJETO SOCIAL DE GRANDE ORGULHO QUE FICA NO CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO DE ARAÇARIGUAMA, JÁ REFORMARAM MAIS DE 45 TONELADAS DE BALCÕES, MESAS, MÓVEIS E MANEQUINS QUE IRIAM PARA O LIXO!



Nossas ações são pautadas pelo propósito de “evoluir com as famílias brasileiras”, isso quer dizer que devemos evoluir “sem deixar ninguém para trás”, atuando de forma ética, responsável e buscando a inclusão social em todos os eixos de atuação e vendo a responsabilidade social como um modo de desenvolvimento

sustentável. **A cada ação, ressignificamos cada vez mais nossas atitudes e operações em busca de modelos de desenvolvimento que aliem prosperidade econômica, equilíbrio social e uso consciente dos recursos ambientais em nossas iniciativas.**

JUNTOS PARA O QUE DER E VIER

EM 2020 LANÇAMOS A CAMPANHA “JUNTOS PARA O QUE DER E VIER”, UM VÍDEO EM QUE FOI DEMONSTRADO O AGRADECIMENTO AOS COLABORADORES QUE, COMO NINGUÉM MAIS, CONHECEM NOSSOS CLIENTES E SE DEDICAM A APOIÁ-LOS EM TODOS OS MOMENTOS, EM ESPECIAL NAS ATIVIDADES ROTINEIRAS IMPACTADAS PELA PANDEMIA DA COVID-19. NO VÍDEO, MOSTRAMOS COMO TODOS OS COLABORADORES E NOSSOS SERVIÇOS ESTÃO DISPONÍVEIS PARA APOIAR OS CLIENTES NESTE MOMENTO CRÍTICO.



6.1. IMPACTO POSITIVO PELO BRASIL – FAZER, FAZER, FAZER!

Acreditamos que o futuro é coletivo e que a evolução da sociedade, das organizações empresariais e das pessoas somente será bem-sucedida se houver transparência, responsabilidade, ética e integridade nas nossas relações. Além de evoluirmos com as famílias brasileiras, desenvolvendo nossas atividades comerciais e nossos relacionamentos, temos procurado ir além do aspecto econômico, **provocando impactos sociais positivos**, apoiando diversas iniciativas com ações próprias e também por meio de parcerias. Especialmente no biênio em questão, tornou-se mandatório o apoio às comunidades visando minimizar impactos causados pela pandemia da Covid-19.

R\$ 430 MIL DOADOS AO GRAACC PELA VENDA DE TRÊS PUBLICAÇÕES EDITADAS PELA SUPERPARCERIA COM A EDITORA MOL

A Editora MOL é especializada em projetos sócioeditoriais com conteúdos diferentes e inovadores que geram doações para grandes causas. Nessa superparceria inovadora, a Pernambucanas vendeu em suas lojas dois livros e um calendário 2022 com conteúdo da autoria dos nossos colaboradores e cuja verba foi revertida para o GRAACC (Grupo de Apoio ao Adolescente e à criança com Câncer).



Amanhã vai ser outro dia: lançado em dezembro de 2021, é um calendário de parede com uma ilustração a cada mês e uma mensagem inspiradora relacionada a uma data do período.

Um Elogio Muda Tudo: livro com 30 cartões destacáveis para presentear quem se admira. São frases com

elogios, admiração e incentivo criadas pelos colaboradores da Pernambucanas, numa forma gentil de levar positividade às pessoas.

Família é Tudo: livro com 50 frases sobre família, ilustradas e carregadas de amor, sabedoria e bom humor. Também com páginas para o leitor preencher.

MAIS DE R\$ 3 MILHÕES INVESTIDOS EM PROJETOS INCENTIVADOS

Acreditamos que pela educação, geração de renda, promoção e acesso a direitos podemos ajudar a combater as

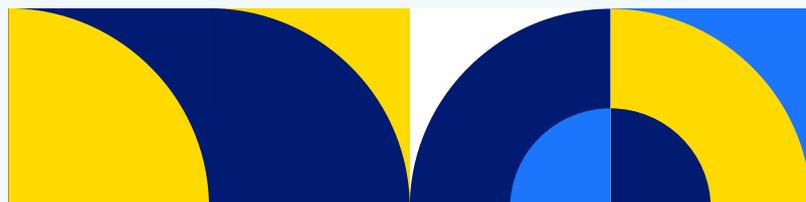


desigualdades sociais e raciais do nosso país e, por isso, **apoiamos os seguintes projetos sociais em 2020 e 2021:**

- **Focus Design Vision - 4ª e 5ª edições - Instituto Focus Têxtil**

O programa “Design Vision” é um projeto apoiado via lei de incentivo em que a premiação do grande vencedor é uma coleção cápsula para a Pernambucanas. A programação tem provas, workshops e encontros com profissionais de destaque, como os mentores Walter Rodrigues, Hanayrá Negreiros, Alexandre Herchcovitch e a apresentadora Dayana Molina e visa dar acesso aos estudantes de moda à oportunidade de demonstrarem seu talento na criação de uma coleção sustentável utilizando técnicas inovadoras com resíduos têxteis, além de muito conhecimento e aprendizado para trazer mais sustentabilidade ao setor.

Veja o **lançamento do programa em 2020** e os **episódios de 2021**



- **Luz, Câmera e Ação Cultural!**
2020 - Instituto Criar

Fundado em 2003, o Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias tem a missão de promover o desenvolvimento profissional, sociocultural e pessoal de jovens por meio do audiovisual. Esses jovens escolhem um dos seis núcleos técnicos de especialização: arte, áudio, foto, produção, pós-produção e tecnologia.

Por ano, 120 jovens passam por essa experiência e, atualmente, a comunidade do instituto conta com 2.420 jovens. Uma pesquisa do próprio Instituto mostrou que, após a formação, 21% se tornou educador para multiplicar o que aprendeu, 25% iniciou uma organização social visando o impacto em alguma comunidade e 60% fez algum trabalho voluntário para transmitir parte do seu aprendizado.

Uma outra pesquisa, feita em 2014 com veteranos de 19 a 30 anos e cerca de dois anos de formados mostrou que:

- Os jovens entraram no instituto por indicação de uma das ONGs ou escolas públicas parceiras, entre 17 e 20 anos, cursavam ou concluíram o 3º ano do ensino médio da rede pública, moravam nas cidades de São Paulo ou Osasco e sua renda mensal per capita era de meio salário mínimo.
- 89% deles estavam trabalhando (52% na área de audiovisual de produtoras ou emissoras de TV) e 52% cursavam ou concluíram o ensino superior e 62% deles participavam de projetos sociais. Para 74% das famílias dos que trabalhavam, a renda variava de um a cinco salários mínimos e para 13% estava acima desse teto.



Jovens que trabalham na produtora da Pernambucanas, ex-alunos do Instituto Criar: Igor Neder Lopes e Bruna de Sousa.

A PRODUTORA DA PERNAMBUCANAS NASCEU A PARTIR DO CRIAR. EM 2016, INICIAMOS O APOIO AO INSTITUTO ALÉM DE PATROCÍNIO VIA LEI DE INCENTIVO, COMO TAMBÉM INCENTIVAMOS A EMPREGABILIDADE, OU SEJA, OS JOVENS QUE PASSAM PELO INSTITUTO SÃO INDICADOS PARA OS PROCESSOS SELETIVOS DA PRODUTORA DA PERNAMBUCANAS.

Em 2021, aconteceu a Turma 17 do projeto com os seguintes resultados:

- 120 jovens formados em seis núcleos (arte, áudio, foto, produção, pós-produção e tecnologia)
- 14 jovens da turma anterior em formação continuada como monitores assistentes
- 20 curtas realizados
- 16 chips de internet distribuídos para quem não tinha acesso
- 80 horas online de conteúdo básico de audiovisual e tecnologia
- 400 horas online e 100 horas presenciais de oficinas socioculturais e atividades extracurriculares
- 125 horas online e 115 horas presenciais de exercícios práticos
- 1200 horas de formação no total
- 1 encontro de famílias com exibição dos curtas realizados
- 2 saraus
- 12 encontros de cuidados com a saúde
- 20 lives com profissionais do mundo do trabalho
- 6 encontros sobre diversidade
- 6 encontros de avaliação
- 8 filmes exibidos e seguidos de debates
- 52 workshops técnicos com profissionais do mercado
- Pesquisa e acompanhamento dos jovens e familiares sobre saúde mental e Covid
- Formatura com exibição de oito curtas-metragens “Futuros Possíveis” no Espaço Itaú de Cinema

Em 2021, 61% dos jovens se autodeclararam pretos.

Formatura da turma 16+1 do Instituto Criar, em 2021.

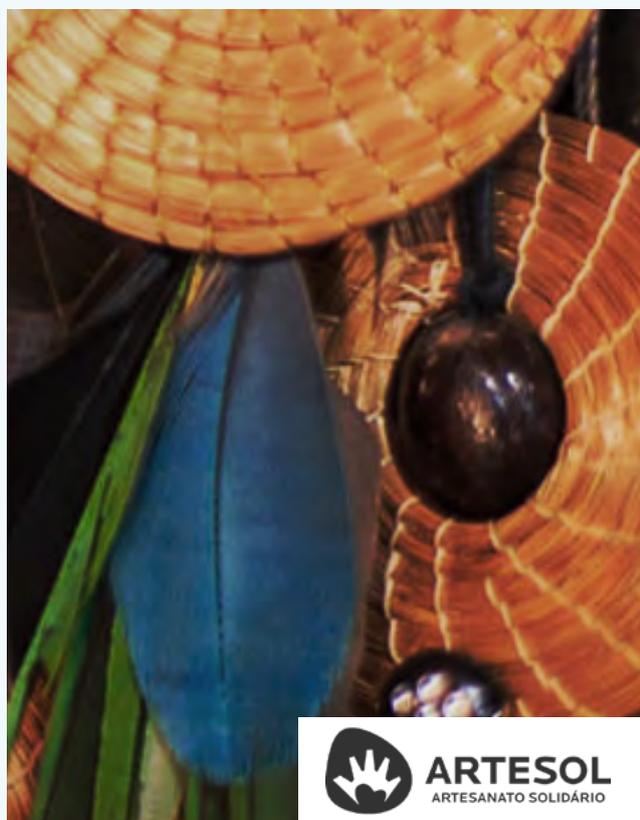


FÓRUM FASHION REVOLUTION

Digital

- **Fórum Fashion Revolution**

O terceiro **Fórum Fashion Revolution** 2020 teve o objetivo de levar as pessoas a reconhecerem e analisarem profundamente os impactos da indústria de moda dentro de quatro importante esferas: condições de trabalho, consumo, composição e ação coletiva. Além de apoiar o evento, a Pernambucanas participou de uma roda de conversa virtual sobre o projeto social Ponto de Moda ([veja aqui](#) como foi essa conversa, a partir do tempo 1h42m05s).



- **Portal Rede Artesol - Ano II - Artesol**

A Rede Nacional do Artesanato Cultural Brasileiro (Artesol) desenvolve ações junto a artesãos brasileiros detentores de saberes tradicionais e tem seu trabalho reconhecido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Em 2018, a Artesol inaugurou a plataforma digital que mapeou cadeias produtivas artesanais, contribuindo para a salvaguarda desses saberes e fazeres artesanais. O uso da plataforma tem auxiliado no fomento e valorização desse trabalho, além de conectar os elos da cadeia. Tem forte relação com a cultura brasileira e traz um grande potencial para a nossa marca trabalhar seus atributos de brasilidade. Essa ação permanece forte e colhendo muitos bons frutos no biênio em destaque.



- **Ponto da Moda**

A Pernambucanas patrocinou em 2020 e 2021 a iniciativa Ponto de Moda, parceria da Quest/Zeppelin e Faculdade Santa Marcelina com apoio da Prefeitura de São Paulo. O projeto teve o objetivo de capacitação profissional e geração de emprego e renda para jovens em um centro de formação cultural dedicado à disseminação, reflexão, produção, transformação e difusão do universo do vestuário e da moda brasileira. Em 2020, foram capacitados 40 alunos com até 24 anos e 40 alunos acima de 24 anos. Em 2021 a logística do projeto contemplou três turmas, que participaram de encontros semanais com duração de três horas/aula em cada dia, totalizando 144 horas de formação para cada grupo.

Veja o desfile de formatura da turma de 2021

- **Moda Tech - Gabriela Splendore**

O Moda Tech é um projeto de desfile com foco em tecnologia e brasilidade. Em parceria com a Pernambucanas, foi aberta uma convocatória de novos talentos para a criação de looks para o desfile digital. O objetivo foi ampliar possibilidades, abrir novos caminhos criativos e compartilhados visando democratizar o design e dar espaço à criação compartilhada no mundo da indústria da moda em looks únicos, originais e conectados com o Brasil.



- **Plano Anual de Atividades - VocaçãO**

A VocaçãO é uma organização da sociedade civil dedicada a desenvolver as habilidades das pessoas por meio do trabalho com comunidades, investimento em projetos de educação integral, realização de cursos profissionalizantes e prestação de serviços para empresas. Para nós, apoiar esse programa fortalece a autonomia de adolescentes e jovens para o desenvolvimento de suas trajetórias pessoais e profissionais por meio da articulação de oportunidades de formação e inserção no mercado de trabalho.

- **Arte, Cultura & Costura - Instituto Tomie Otake**

O projeto Arte, Cultura e Costura oferece formação de quatro meses para mulheres abrigadas em centros especiais de acolhida dos bairros Canindé e Bom Retiro, em São Paulo, além de oficinas abertas no Instituto Tomie Ohtake. Por meio de aulas teóricas, práticas e visitas a instituições culturais, as participantes recebem subsídio ao trabalho de costura a partir da abordagem de temas relacionados às artes visuais, bem como conhecimentos sobre processos produtivos com reaproveitamento de resíduos e noções de comercialização de produtos. Além de promover a consciência ambiental, social e de gênero, todas as atividades propostas estão permeadas pela valorização de repertórios individuais e pela reflexão para o desenvolvimento de um senso de pertencimento e afirmação de identidade.

- **Projeto Futuro - ABDA**

A Associação Bauruense de Desportes Aquáticos (ABDA) tem sede na cidade de Bauru - SP, onde atua com crianças e adolescentes em esportes de piscina e de atletismo desde 2010. O Projeto Futuro conta atualmente com cerca de 6 mil crianças, 95% delas originárias de famílias de baixa renda. Atualmente, essas atividades são praticadas em sete centros esportivos: cada criança, adolescente e jovem atendido tem o seu desenvolvimento pessoal, escolar e esportivo acompanhado por uma equipe de profissionais especializados na formação e consolidação de cada atleta. Vale destacar que, segundo pesquisa da própria entidade, verificou-se redução de 50% na taxa de criminalidade infantil nos últimos anos.

- **Brasileirinhos - Instituto Esportivo Social**

Idealizado pela ex-atleta Daiane dos Santos, Brasileirinhos tem a proposta de ser um projeto social diferenciado

para fomentar uma consciência social modificada a partir das experiências vivenciadas nas aulas por crianças e jovens.

O esporte promove e contribui para o desenvolvimento cognitivo, social, psicomotor e afetivo e consolida práticas como a cooperação, comunicação, respeito a regras, resolução de conflitos, compreensão, valores do esforço, resiliência, trabalho em equipe, disciplina e confiança.

O projeto oferece aulas na modalidade de Ginástica Artística para jovens e crianças com idade entre 6 e 16 anos em turmas de aulas aplicadas por profissionais qualificados e técnicos na área da modalidade, e ainda permite abrir oportunidades de participação em festivais, visando o conceito do esporte de inclusão.

Acesse o QRCode e escute o depoimento da ex-atleta Daiane dos Santos.



Equipes da Pernambuco e do Projeto Brasileirinhos, junto com a campeã olímpica Dayane dos Santos, idealizadora do projeto.





- **Projeto Amparo ao Idoso**
- **Hospital de Amor**

Incentivado pela Lei do Idoso, esse projeto tem por objetivo custear as operações regulares do hospital - em especial, a compra de medicamentos e folha de pagamento - uma vez que o financiamento do SUS (Sistema Único de Saúde) não cobre os gastos totais para o atendimento da população carente. Antigo Hospital do Câncer de Barretos, o Hospital do Amor tem a missão de promover saúde por meio de atendimento médico-hospitalar qualificado em oncologia, de forma humanizada, em âmbito nacional, para pacientes do SUS (Sistema Único de Saúde), apoiado em programas de prevenção, ensino e pesquisa.

- **Hospital Angelina Caron**



Instituição privada de caráter filantrópico fundada em 1979, o Hospital Angelina Caron (HAC) conta com mais de dois mil colaboradores e médicos, mais de 400 leitos e realiza mais de 400 mil atendimentos anualmente, garantindo os melhores cuidados com a saúde dos pacientes. Destaca-se aí a garantia dos seus pacientes, colaboradores e parceiros em relação à segurança e responsabilidade na segregação, coleta, transporte, tratamento e destinação dos resíduos do serviço de saúde, bem como a valorização dos resíduos recicláveis, gerando benefícios sociais e aumento da vida útil do aterro sanitário. Atualmente, cerca de 54 toneladas/mês de resíduos passam pelo seu Programa de Gestão Ambiental. A Pernambucanas apoia o trabalho do HAC no que diz respeito ao tratamento assertivo e o cuidado integral ao paciente com câncer, da prevenção ao tratamento.



Hospital Santa Marcelina, no bairro de Itaquera, Zona Leste da cidade de São Paulo.

- **Santa Marcelina - parceria com TUCCA**

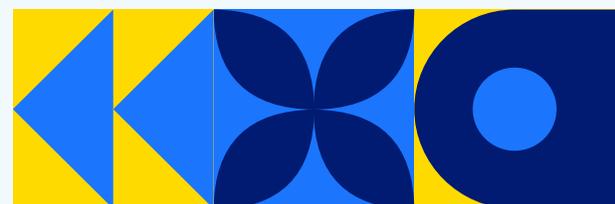
Resultado de uma parceria duradoura que começou em 2001, TUCCA (Associação para Crianças e Adolescentes com Câncer) e Hospital Santa Marcelina, em Itaquera, criaram o único Centro de Oncologia Pediátrica da Zona Leste de São Paulo, uma das regiões mais desfavorecidas de São Paulo e com mais de 5 milhões de habitantes, atendendo ainda a nove cidades vizinhas.

Juntos, atuam no diagnóstico, tratamento e reabilitação de centenas de crianças e adolescentes com câncer e também na pesquisa e capacitação profissional, oferecendo acompanhamento multidisciplinar de excelência, além de exames e medicamentos de última geração, sem qualquer custo ao paciente e sua família, sem fila de espera.

- **Corpo Sonoro - Ensaio de Inclusão - Instituto Olga Kos**

Fundado em 2007, o Instituto Olga Kos de Inclusão Cultural é uma associação sem fins econômicos que desenvolve projetos artísticos e esportivos para atender crianças, jovens e adultos com deficiência intelectual ou que se encontram em situação de vulnerabilidade social.

A Pernambucanas apoia o projeto que, pela dança e música estimula a ampliação e/ou manutenção das capacidades funcionais, promovendo autonomia e inclusão de pessoas com deficiência que criam espetáculos e, ainda, envolve os familiares, que são convidados a participar de ensaios abertos. O Projeto promove a proatividade e protagonismo dos participantes, estimula a autonomia e a capacidade criadora, promove a saúde e também os relacionamentos interpessoais e sociais.





- **Projeto Ana Paula Moser - Rede de Núcleos Esportivos Socioeducativos IEE_A**

O Instituto Esporte & Educação foi criado em março de 2001 e se caracterizou por atuar em duas frentes: o atendimento direto a crianças e adolescentes em atividades esportivas e socioeducativas e a formação de professores e estagiários e desenvolvimento de uma metodologia de esporte educacional.

Assim, o IEE implantou e coordena uma série de Núcleos em parceria com diversas entidades - escolas, associações comunitárias, prefeituras, SESI e SESC -, e que estão inseridos em regiões e comunidades que apresentam baixo nível socioeconômico e alto índice de vulnerabilidade e falta de estrutura.

- **Fazendo Minha História**

O Instituto Fazendo Minha História forma, seleciona e acompanha voluntários (pessoas comuns) ou profissionais para que construam vínculos afetivos com as crianças e adolescentes. A dupla criança-adulto se aproxima afetivamente pela mediação de leitura, que oferece recursos para os meninos e meninas elaborarem suas vivências; desperta conversas e incentiva a construção de um álbum de histórias com relatos, depoimentos, fotos e desenhos que fazem parte de suas vidas. Este álbum pertence à criança ou adolescente e irá acompanhá-lo por onde for. O compromisso é, sobretudo, com aqueles que possuem ao menos uma coisa em comum: viveram uma separação importante ao serem afastados de suas famílias.



- **APRAESPI - implantação de oficina ortopédica**

Fundada em 1967, a Associação de Prevenção, Atendimento Especializado e Inclusão da Pessoa com Deficiência (APRAESPI), antiga APAE de Ribeirão Pires, surgiu como uma pequena escola. Visando atender cada vez mais pessoas, a Instituição cresceu, criou novos programas, novas parcerias e convênios.

Hoje, a APRAESPI mantém duas escolas, onde oferece educação infantil e ensino fundamental e onde também funciona um centro de atendimento especializado em autismo, e ainda do Centro Ocupacional e Profissionalizante, que oferece Ensino Fundamental, Sócio Educacional, Oficinas Terapêuticas e Ensino Profissionalizante, com mais de 20 cursos profissionalizantes e programa de encaminhamento ao mercado de trabalho.

- **Hospital do Amor - Criação da Rede de Biobancos**

O projeto objetiva a criação de uma rede de biobancos do Hospital do Amor (antigo HCB - Hospital de Câncer de Barretos) para armazenamento, processamento e gerenciamento de amostras biológicas

de diferentes etnias brasileiras nas suas unidades de Campo Grande - MS, Porto Velho - RO e Macapá - AP, Estados em que não há Biobancos credenciados na Conep (Comissão Nacional de Ética em Pesquisa). Trata-se de oportunidade única para avaliar pacientes oncológicos em todo o país e fomentar o avanço das pesquisas oncológicas nessas regiões remotas.

- **Hospital Boldrini - Medicina de Precisão Aplicada ao Câncer Infanto-juvenil**

O Centro Infantil Boldrini é um centro de referência no tratamento de doenças oncohematológicas da infância localizado em Campinas e que recebe pacientes pediátricos com diagnósticos de câncer provenientes de todo o país. Conta atualmente com 77 leitos e realiza acompanhamento de 10 mil pacientes, sendo 80% de pacientes provenientes do SUS (Sistema Único de Saúde).

Inaugurou o Centro de Pesquisa Boldrini para a realização de atividades, em consonância com as que vêm sendo desenvolvidas internacionalmente no âmbito da oncologia pediátrica.





Colaborador Renan de Luna, da loja Shopping Aricanduva, em São Paulo, SP.



INCLUSÃO SOCIAL PELA TRANSFORMAÇÃO

TAMBÉM ACREDITAMOS NO PODER DA INCLUSÃO SOCIAL PELA TRANSFORMAÇÃO QUE FAZEMOS DENTRO DE CASA, PROMOVEDO EDUCAÇÃO E OPORTUNIDADES DE CARREIRA A TODOS OS NOSSOS COLABORADORES. FAZ PARTE DA NOSSA CULTURA DESENVOLVÊ-LOS, IMPULSIONAR A EQUIDADE E TORNÁ-LOS GESTORES E ATORES DAS EXPANSÕES DE NOSSAS LOJAS. É UMA RELAÇÃO DE GANHA-GANHA, UMA VEZ QUE A PERENIDADE DE NOSSA EXISTÊNCIA É CONSEQUÊNCIA DESSE RELACIONAMENTO RESPONSÁVEL E HUMANO QUE TEMOS PARA COM NOSSOS COLABORADORES. OUÇA AQUI O QUE O NOSSO CEO DISSE SOBRE ESTE TEMA.





“

**“A PERNAMBUCANAS
DESPERTOU EM MIM
UM SENTIMENTO DE
PERTENCIMENTO E ISSO ME FEZ
CONTINUAR POR ESSES 33 ANOS
DE EMPRESA. TENHO MUITO
ORGULHO DE FAZER PARTE
DESTA GRANDE FAMÍLIA”**

7.

FORNECEDORES

[2-23] [2-24] [2-28] [2-29] [308-1] [407-1] [408-1] [409-1] [414-1]*

INDICADORES PRÓPRIOS: PERNAM 3 E PERNAM 4

*Indicadores das Normas da Global Reporting Initiative (GRI)
Mais detalhes aqui

ANTONIO CARLOS GAVILAN

Assessor Engenharia, responsável pela nossa Oficina Escola no CDA, desde 1989 faz parte da família Pernambucanas



Clique aqui ou acesse o QRCode e conheça a história do Antonio pelo podcast

Atualmente, a **nossa cadeia têxtil nacional conta com 1.112 empresas, sendo 274 fornecedores, 838 subcontratados** (Vestuário e Lar), distribuídos pelos 14 Estados onde estamos. Contamos ainda com mais **39 fornecedores internacionais e 62 subcontratados**, localizados em quatro países (China, Bangladesh, Índia e Sri-Lanka).

Nossa cadeia de fornecimento constitui um pilar essencial na estratégia de sustentabilidade da Pernambucanas. Cada vez mais queremos incorporar ao nosso modelo de gestão de fornecedores uma perspectiva sistêmica — considerando as especificidades dos elos das cadeias de valor com as quais nos relacionamos.

Esse direcionamento é claro e possibilita a mitigação de riscos e a construção de

diálogos legítimos. Ao mesmo tempo, criamos parcerias com fornecedores que tenham compromisso e comprometimento comuns aos nossos valores e às melhores práticas do mercado.

Para expressar e estabelecer esse compromisso e parcerias sustentáveis, os relacionamentos são norteados pelo nosso **Código de Ética e Conduta e o nosso Guia de Fornecedores & Sustentabilidade Pernambucanas**, que formalizam e explicitam o tipo de conduta esperado, ressaltando os principais aspectos da parceria, principalmente quanto à transparência, adoção de boas práticas sociais e ambientais na condução dos negócios.

Premiação Back Haul - Melhores Fornecedores da Pernambucanas. Da esquerda para direita: Allisson Miguel De Souza Moro, Gabriela Acciari Romano, Francine De Lucca Mottin, Francisco Munhoz Navarro, Jose Mario Vaz Pina Rodrigues e Ariel Claudio Tolchinsky.





DOCUMENTOS UTILIZADOS NA RELAÇÃO COM FORNECEDORES

Código de Ética e Conduta:

código que rege todo e qualquer contrato de trabalho entre a Pernambucanas e o fornecedor sobre nossa forma de agir e ser.

Guia de Fornecedores e

Sustentabilidade: informa os dados relevantes para o bom andamento do processo de aquisição de materiais e serviços, em especial os relacionados às práticas sociais e ambientais esperadas de cada uma das partes.

Guia de Procedimentos e Regras:

informa os parâmetros para avaliar se os procedimentos e regras internas da Pernambucanas estão sendo atendidos e as sanções em caso de descumprimento, em especial os relacionados às práticas sociais e ambientais.

Contrato de Fornecimento:

modelo de instrumento particular de rerratificação do contrato de adesão ao sistema de compras de mercadorias da Pernambucanas.

Segurança Química em Têxtil:

princípios e boas práticas para a correta gestão de produtos químicos, as substâncias têxteis de uso restrito ou limitado, e os regulamentos técnicos segundo as normas NBR.

Boas práticas ambientais na fabricação

têxtil: orienta sobre a produção mais limpa, melhoria na destinação de resíduos sólidos e efluentes e dá sugestões de aperfeiçoamento nos processos como corte, fiação, tecelagem, beneficiamento e confecção.

Buscamos também estabelecer **relações com a sociedade civil** a fim de contribuirmos na construção de boas práticas coletivas em nosso setor:

- **Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX)**, entidade que zela pelo desenvolvimento sustentável do varejo têxtil e coordena o programa de certificação para um mercado formal e ético;
- **Associação Brasileira de Empresas de Vendas Direta (ABEVD)**, à qual a Pernambucanas se associou para legitimar e fortalecer uma nova forma de vendas por meio dos Revendedores Pernambucanas;
- **Instituto para o Desenvolvimento do Varejo (IDV)**, onde participamos de plenárias executivas, discussões políticas e fóruns técnicos setoriais;
- **Instituto do Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (InPacto)**, onde atuamos desde o início de sua fundação, com o objetivo de fortalecer e ampliar as ações realizadas em prol da causa;
- **Programa Na Mão Certa, da Childhood Brasil** pela proteção de crianças e adolescentes contra a exploração sexual no país (ver mais em 6.1. “Impacto positivo pelo Brasil”)
- **Coalizão Empresarial Pelo Fim da Violência Contra Mulheres e Meninas**, uma iniciativa privada e colaborativa de mobilização de diversas empresas de todo o Brasil, cujo propósito comum é o de transformar vidas de mulheres e meninas vítimas de violência, por meio de investimentos em prevenção e cuidado dentro e fora das empresas.





GARANTIA DOS DIREITOS HUMANOS E ÉTICA NA CADEIA DE FORNECIMENTO

Veja o depoimento de caminhoneiros sobre o Programa Na Mão Certa.



Com o propósito de reforçamos publicamente nossos compromissos por uma cadeia de fornecimento na qual direitos humanos e ética sejam plenamente garantidos, desde 2012, somos signatários do Pacto Nacional Pela Erradicação do Trabalho Escravo e do Pacto Empresarial Contra a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes nas Rodovias Brasileiras, mobilizando os representantes de nossas cadeias de valor a aderirem conosco ao Programa Na Mão Certa, iniciativa da Childhood Brasil. A principal estratégia desse programa é a educação continuada

de motoristas de caminhão na atuação como agentes de proteção dos direitos de crianças e adolescentes por meio de denúncia de suspeitas ou ocorrências confirmadas de exploração sexual.

Somos também membros fundadores do InPACTO - Instituto Pacto Nacional Pela Erradicação do Trabalho Escravo e realizamos sensibilizações periódicas sobre esses temas na companhia pelos canais de comunicação internos e eventos corporativos e também com parceiros estratégicos, com workshops, bem como monitoramos os avanços obtidos em nossas próprias práticas.

Reunião mensal dos nossos motoristas no Centro de distribuição de Araçariçugama, SP.



Todos os nossos fornecedores e subcontratados da cadeia têxtil são selecionados com base em **critérios socioambientais**. Os nossos contratos, sem exceção, contemplam cláusulas relacionadas a questões de direitos humanos, tais como **trabalho escravo e infantil**. Repudiamos o trabalho infantil e todas as formas de trabalho forçado ou análogo ao escravo, em quaisquer circunstâncias. A partir do momento em que assinam os contratos, os fornecedores também assumem os mesmos compromissos, pois o descumprimento de tais cláusulas resulta na quebra imediata do contrato e da parceria.

Como forma de dar ainda mais consistência à construção de parcerias alinhadas com os nossos valores, em 2012 implementamos o **Canal de Ética Pernambucanas**, mais um instrumento para garantir a ética, a

transparência e a integridade em todos os elos de nossa cadeia. Trata-se de um fórum confidencial para comunicar eventuais situações que firmam esses princípios, por exemplo, a violação de leis trabalhistas, condições degradantes de trabalho ou análogas à escravidão, além do trabalho infantil ou outras questões que violem o nosso Código de Conduta Ética.

Para a **avaliação de fornecedores**, levamos em consideração **critérios ambientais** (licença ambiental, documentação para aquisição e utilização de produtos controlados pela Polícia Federal e Polícia Civil, comprovantes de transporte e descarte de resíduos perigosos - CADRI - Certificado de destinação final, manifesto de transporte, emissão de poluentes, etc.) e **critérios sociais** (formalização e estrutura da empresa, condições de trabalho/ saúde/ segurança no trabalho).

Parceiros em monitoramento no período 2019 a 2021

CRITÉRIOS AMBIENTAIS

	2019	2020	2021
Monitoramentos avaliados em impactos ambientais	1.413	1.266	36.931

CRITÉRIOS SOCIAIS

	2019	2020	2021
Monitoramentos avaliados em impactos sociais	1.413	1.266	36.931



Em 2020, implantamos o “**Programa de Desenvolvimento dos fornecedores**”, com um olhar voltado para a capacitação da nossa base de fornecimento. O objetivo deste programa é qualificar e direcionar nossa base na busca de melhorias contínuas de seus processos, gestão de pessoas, sustentabilidade e condições de trabalho. Também criamos neste mesmo ano uma Newsletter chamada “Pernambucanas para fornecedores da Ásia” visando manter os fornecedores nacionais e internacionais informados das ações Pernambucanas através de um relatório mensal.

A fim de suportar o nosso crescimento, implementamos em 2015 o **Programa de Relacionamento com Fornecedor (PRF)**. Um dos nossos principais objetivos é avaliar e monitorar a cadeia de fornecimento, estabelecendo relacionamentos de longo prazo, avaliando e desenvolvendo a base nos aspectos de Compliance, qualidade, logística, risco socioambiental e financeiro com score de 1 a 5, visando nosso plano de expansão. Os resultados atingidos ao longo dos anos foram: em 2019, média de 4,0; 2020, média de 4,02 e em 2021, média de 4,33.

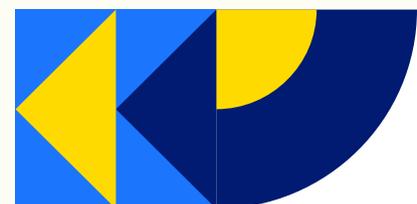
Em 2021, implantamos o “Retroplanning”, cujo objetivo é auxiliar nosso fornecedor no **monitoramento dos seus processos produtivos**.

A área de Global Sourcing tem a missão de garantir **as melhores oportunidades de fornecimento sustentáveis** oferecendo produtos competitivos com qualidade

e valor que surpreendam os clientes, gerem ganhos de margem e respeitem a cultura e os valores da Pernambucanas. Uma das suas ações é o **Projetos Menos Amostras**, que visa contribuir para a redução dos impactos ao meio ambiente no processo de geração de resíduos da companhia pela redução de amostras físicas confeccionadas e também torná-las multifuncionais e sustentáveis, redução também das embalagens de alto impacto no meio ambiente (como plásticas e de papelão), busca da eficiência no desenvolvimento de produtos e etapas de aprovação e o engajamento de todos os envolvidos (equipe Pernambucanas, fornecedores e demais parceiros).

Engajados em fortalecer as oportunidades de fornecimento sustentável, há oito anos temos um **escritório em Xangai**, na China, que atende toda a Ásia. Um dos nossos objetivos com esse escritório é prospectar novos fornecedores, poder acompanhar de perto a confecção dos produtos que vendemos em nossas lojas do Brasil, estabelecer relacionamentos de longo prazo e, ainda, adquirir conhecimento e experiência no mercado asiático e sua cultura.

Essa aproximação com nossos fornecedores da Ásia reforça nosso compromisso em estabelecer **parcerias sustentáveis com todos que, de algum modo, estão envolvidos com a fabricação dos nossos produtos**, um passo alinhado aos nossos valores e às melhores práticas do mercado.





7.1 ECONOMIA CIRCULAR E CONSUMO CONSCIENTE

Os já conhecidos 9Rs - Recusar, Repensar, Reduzir, Reutilizar, Reparar, Reciclar, Reintegrar, Responsabilizar, Repassar – ganharam o “I” da Inovação e os dez compõem uma das frentes mais importantes para o desenvolvimento sustentável, que é a **economia circular**.

O conceito já é uma realidade em alguns dos nossos processos e vamos aqui conhecer os que circularam pela Pernambucanas em 2020 e 2021 e continuaram presentes em busca de uma **cadeia cada vez mais sustentável**.

A busca pelo consumo consciente e sustentável de produtos passa, impreterivelmente pela produção também consciente e sustentável. Por isso, apesar de já incentivar as melhores práticas neste sentido em toda a sua cadeia produtiva, em 2021, a Pernambucanas passou a integrar fortemente **iniciativas do setor**, tais como:

MOVIMENTO “ModaComVerso”: iniciativa lançada em setembro de 2021 pela

Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX) cujo propósito é promover a moda socialmente responsável, evidenciando uma cadeia produtiva, ética e humana. O movimento ressalta que a força da moda está por trás, em seus versos, reconhecendo as pessoas, processos e etapas envolvidas na produção de roupas e acessórios. Isso significa combater a escravidão, o trabalho infantil ou o uso de estrangeiros irregulares, reduzir a informalidade no setor, promover boas práticas de governança, conscientizar a sociedade e capacitar quem desempenha um papel e atua com responsabilidade na cadeia da moda brasileira. **Veja o manifesto do movimento.**

COLLABS: parcerias com estudantes de moda que produzem produtos a partir de tecidos de saldos e tecidos ressignificados, aprimorados com técnicas de upcycling que recebem nas aulas e monitoramento de um de nossos projetos incentivados, o Design Vision.

Movimento Moda ComVerso nas lojas, reforçando o compromisso da companhia com a moda socialmente responsável.





OFICINA ESCOLA

Nosso projeto de grande orgulho, em Parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), a Oficina Escola gera oportunidades e desenvolvimento para as pessoas da região de Araçariguama - SP promovendo a educação e a redução das desigualdades e dos impactos ambientais do nosso entorno. O projeto foi um grande ator no programa de expansão de nossas lojas e, com ele, produzimos e reformamos cerca de 60% de todos os equipamentos. Por meio de um questionário socioeconômico disponibilizado para pessoas do entorno de Araçariguama, selecionamos os alunos da comunidade para fazer cursos de serralheria e marcenaria com o benefício de bolsa auxílio. Enquanto aprendem uma nova profissão, os alunos também descobrem que são capazes de trilhar um caminho cheio de propósito e significado. Ao longo do projeto capacitamos e geramos emprego e renda para centenas de pessoas, contratamos mais de 75% dos alunos formados, distribuimos mais de 115 diplomas de capacitação técnica do SENAI e seguimos trabalhando cada vez mais para promover a igualdade de oportunidades para todas as pessoas.

Em 2021, a oficina reformou mais de 45 toneladas de balcões, mesas, móveis e manequins cujo destino era o lixo. Assim, contribuimos para evitar a extração de matéria prima para a produção de novos produtos, diminuir os impactos na cadeia produtiva e promover cada vez mais a economia circular. Também destinamos à reciclagem mais de 140 toneladas de materiais utilizados na oficina e que tiveram um novo começo.

Assim, considerando todos os processos de otimizações ambientais do projeto, mais de 160 toneladas de CO₂ deixaram de ser emitidas no ano.

Dados Socioambientais Oficina Escola PERNAMBUCANAS

Em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), nosso Centro de Transformação capacita cidadãos da região de Araçá - SP e promove a redução das desigualdades e dos impactos ambientais do nosso entorno! Uma forma de nos tornamos mais responsáveis para nossa comunidade, para nós mesmos e para o mundo!

Economia Circular
Em 2021 a oficina reformou mais de **45 TONELADAS** de balcões, mesas, móveis e manequins que iriam para o lixo! Isso nos ajuda a evitar a extração de matéria prima para a produção de novos produtos, diminui nossos impactos na cadeia produtiva e promove cada vez mais a economia circular!

Reciclagem
Em 2021, mais de **140 TONELADAS** de materiais utilizados na oficina foram destinados a reciclagem e tiveram um novo começo! Isso equivale a mais de 150 carros populares!

Redução das emissões
Em 2021, mais de **160 TONELADAS** de CO₂ deixaram de ser emitidas com todos os processos de otimizações ambientais do projeto!

Inovação e Alcance
Em 2021, produzimos mais de **130 mil peças** que estão espalhadas por todo o Brasil! Reconhecendo a força do nosso potencial, produzimos e reformamos cerca de **60%** de todos os equipamentos utilizados nas novas lojas!

Nossos Impactos Sociais
Ao longo do projeto geramos emprego e renda para **centenas** de pessoas da região, distribuimos mais de **115 diplomas** de capacitação técnica do SENAI e seguimos trabalhando cada vez mais para promover a redução da desigualdades e entregar oportunidades para todas as pessoas!

PERNAMBUCANAS

DOAÇÕES DE ROUPAS E AGASALHOS:

Em 2021, doamos mais de 130 mil peças a instituições sociais que estão espalhadas por todo o Brasil!

PROJETO VOLTEI: Buscando otimizar nosso impactos no planeta e promover a economia circular, em 2021 foi idealizado o projeto Voltei, iniciativa da Pernambucanas em intermediar um brechó Online. Em 2021 foi idealizado todo o projeto para lançamento em 2022. O Voltei tem o objetivo de proporcionar um aumento no ciclo de vida de roupas usadas e também entregar uma solução

de viabilidade econômica e de menor impacto ambiental para os clientes, que podem receber até 50% do valor de cada peça vendida. Pelo projeto, a companhia atua como intermediadora na revenda de produtos usados em boas condições entre o vendedor e o comprador. Um dos diferenciais é que os clientes escolhem em qual loja Pernambucanas entregam as peças para serem avaliadas, o que facilita a ação e evita processos burocráticos. Para vender suas peças no brechó, os consumidores deverão realizar um cadastro no aplicativo da Pernambucanas.

Divulgação do Projeto Voltei em uma das nossas lojas.

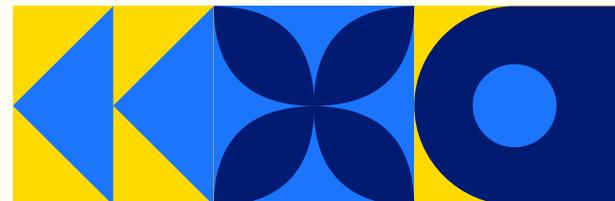
Voltei

COMPRA OU VENDA
DE ROUPAS QUE
ESTÃO PARADAS
NO GUARDA-ROUPA

ENTRE NO APP
PERNAMBUCANAS
E VEJA
COMO FUNCIONA



SOU DE ALGODÃO: Iniciativa da Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa), Sou de Algodão é um movimento único no Brasil que une todos os agentes da cadeia produtiva do algodão e da indústria têxtil: homens e mulheres do campo, tecelões, artesãos, fiadores, designers de moda, estilistas, estudantes, consumidores e varejistas, como a Pernambucanas. O programa existe desde 2015 alicerçado em ações e projetos contemplados em três pilares: comunicar e promover a cadeia do algodão, tornar os integrantes da cadeia mais competitivos e informar e educar a população sobre os aspectos do algodão. A Pernambucanas tornou-se signatária do movimento em 2021 focando no incentivo do consumo de algodão de procedência e qualidade nos seus produtos de Jeans. Buscamos cada vez mais acompanhar a nossa matéria-prima, desde o plantio à colheita, com análises sobre o uso controlado de defensivos agrícolas, consumo sustentável de água, respeito ao trabalhador e saúde econômica de todos os envolvidos.



“

**“UMA EMPRESA QUE NOS
APROXIMA POR TODA
INCLUSÃO, POR TODA
DIVERSIDADE E NOS
FAZ FICAR COM ESSE
SENTIMENTO DE FAMÍLIA
QUE UM AJUDA O OUTRO”**

8.

AQUECIMENTO GLOBAL E MUDANÇAS CLIMÁTICAS

[305-1] [305-2] [305-3]*

*Indicadores das Normas da Global Reporting Initiative (GRI)
Mais detalhes aqui

SÉRGIO BORRIELLO

CEO da Pernambucanas desde 2016. Iniciou sua trajetória na empresa como CFO.



Clique aqui ou
acesse o QRCode
e conheça a
história do Sérgio
pelo podcast

Dentre as nossas iniciativas do biênio que reforçam nosso compromisso com a redução dos nossos impactos, destacamos:

- **Expansão Responsável**

Para a entrega de 94 lojas em 2020 e em 2021, nosso processo construtivo foi pautado no sistema retrofit, onde há um enorme esforço da equipe de expansão para mitigar os impactos e reaproveitar ao máximo o imóvel adquirido, otimizando os recursos naturais, a construção já existente e adotando medidas ecoeficientes em todas as novas lojas como, por exemplo:

- Uso de lâmpadas LED que diminuem o consumo de energia e emissões, bacias sanitárias de duplo fluxo e torneiras temporizadas que reduzem consumo de água e ar condicionado com o sistema Inverter - e Nível A do Procel;
- reaproveitamento ao máximo das construções anteriores para não gerar desperdício ou resíduos;

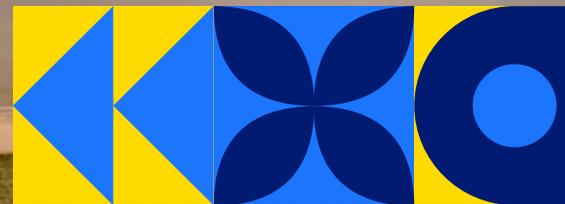
- reaproveitamento do mobiliário de outras lojas confeccionados em Araçariguama;
- doação de roupas e utensílios domésticos para instituições locais.

Com colaboradores que moram num raio médio de 10 km, promovemos o desenvolvimento local e a redução de emissões de CO₂.

NOSSOS RESÍDUOS SÃO DESTINADOS À RECICLAGEM E APOIAM COOPERATIVAS DE CATADORES LOCAIS

- **Frota de Veículos**

Em 2020, com a revisão da frota dos transportadores, 140 veículos foram substituídos por modelos dentro da vigência de utilização do Arla 32 (2012), visando reduzir a emissão de poluentes (CO₂) em até 80%. **Já em agosto de 2021 implantamos no Rio de Janeiro o projeto BIM (Baú Intercambiável Móvel) que consiste no uso de um único**



caminhão com quatro baús diferentes e que faz a tarefa de quatro caminhões, permitindo redução de 40% na emissão de CO₂.

Também incluímos veículos elétricos em parte da frota que atende a grande São Paulo e cidades vizinhas. Para os próximos anos, acreditamos na frota própria eficaz e que reduz nossos impactos para o transporte no Brasil.

- **Geração de Energia**

Hoje, cerca de **40%** (consumo kWh) de toda a nossa geração de energia vem de fonte incentivada por meio do mercado livre. Nossa ambição é diminuir o impacto de emissões advindas de fontes à base de combustíveis fósseis e potencializar a geração de energia limpa (biomassa, eólica, geotérmica, solar e a principal, hídrica).

Temos o desafio de migração de todas as lojas possíveis conectadas em média tensão junto às Distribuidoras de Energia para o mercado livre até 2023 e a migração nos próximos dois anos de 243 lojas conectadas em baixa tensão para o sistema de geração distribuída (GD) pelas usinas geradoras via operação de placas fotovoltaicas.

Também estamos trabalhando no retrofit de máquinas de ar condicionado mais eficazes para as lojas que apresentam deficiência em climatização, substituição de lâmpadas por LED nas lojas que possuem potenciais significativos de redução no consumo de energia para estarmos cada vez mais próximos dos movimentos de eficiência energética e reduções das nossas emissões.

- **Tecnologia Verde**

Criamos um fluxo de reaproveitamento de equipamentos para absorver nosso processo de expansão. Reaproveitamos grande parte dos maquinários que seriam descartadas para compor o sistema de informática das lojas inauguradas. Temos um centro de tecnologia no Centro de Distribuição em Araçariguama que trabalha no reparo, limpeza, teste automatizado e venda de sucata apenas do que está abaixo da linha de corte da obsolescência. Em 2021 foram aproveitados e reutilizados 926 computadores, equipamentos de caixas (PDVs) que seriam descartados.



8.1 INVENTÁRIO DE CARBONO

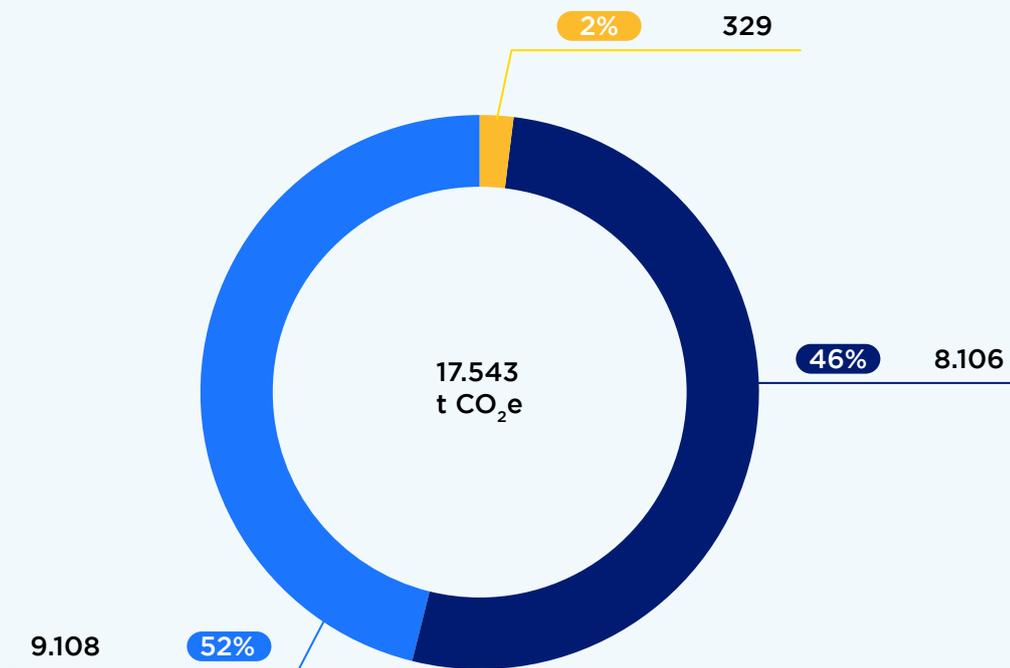
Desde 2021, a Pernambucanas passou a monitorar as emissões de gases de efeito estufa (GEE) por meio de um inventário de carbono que analisa diversas etapas do nosso processo. O inventário parcial foi executado com o método do Programa Brasileiro GHG Protocol e estamos aprimorando a coleta de dados para obtermos um resultado do inventário completo nos próximos anos.

Escopo 1 Emissões de GEE oriundas do consumo de energia fugitiva dentro da organização. Exemplo: emissões provenientes do combustível utilizado pela empresa para nossos geradores,

avião da diretoria executiva e carga de extintores em todas as Lojas, Escritório Central e Centro de Distribuição.

Escopo 2 Emissões de CO₂ oriundas da geração de energia comprada ou adquirida pela empresa para realização de suas atividades. Exemplo: emissões provenientes da compra de energia elétrica.

Escopo 3 Emissões de GEE relacionadas às atividades da organização, mas que derivam de fontes não pertencentes ou controladas. Exemplo: emissões provenientes de frota terceirizada.



Escopo	Emissões (t CO ₂ e)
1	329
2	8106
3	9108
Total	17543*

*Resultado parcial

RESUMO DAS EMISSÕES TOTAIS DE GEE EM 2021

- EMISSÕES CONSOLIDADAS, POR TIPO DE GEE E ESCOPOS

Emissões em toneladas métricas, por tipo de GEE				Emissões em toneladas métricas de CO2 equivalente (tCO2e)			
Escopo 1	Escopo 2 (abordagem por "localização")	Escopo 2 (abordagem por "escolha de compra")	Escopo 3	Escopo 1	Escopo 2 (abordagem por "localização")	Escopo 2 (abordagem por "escolha de compra")	Escopo 3
326,575	8.106,296	6.266,810	8.900,458	326,575	8.106,296	6.266,810	8.900,458
0,002	-	-	1,291	0,056	-	-	36,148
0,008	-	-	0,646	2,120	-	-	171,190
				328,751	8.106,296	6.266,810	9.107,796

Alinhamento de mesa
de peças básicas.

“

“VIM DO PIAUÍ PARA SÃO PAULO EM BUSCA DE OPORTUNIDADE E A PERNAMBUCANAS ME ABRIU AS PORTAS. COMECEI COMO VENDEDORA, MESMO SEM EXPERIÊNCIA, E DEPOIS FUI PASSANDO POR OUTRAS ÁREAS. TENHO MUITO ORGULHO DE ESTAR HÁ 14 ANOS NA LOJA VILA GALVÃO - GUARULHOS, ATUANDO HOJE COMO LÍDER DE VENDAS.”

9.

PESSOAS

[2-7] [2-19] [2-20] [2-21] [2-30] [401-2] [404-1] [404-2] [404-3] [405-1] *

*Indicadores das Normas da Global Reporting Initiative (GRI)
 Mais detalhes aqui

MARIA AUXILIADORA DA SILVA

faz parte da família Pernambucanas desde 2008 e atua como Líder de Vendas.



Clique aqui ou acesse o QRCode e conheça a história da Maria pelo podcast

O NOSSO BERÇÁRIO, INSTALADO NO PRÉDIO DA MATRIZ, FOI INAUGURADO POR DONA HELENA LUNDGREN EM 1984 E PROPORCIONA ÀS MÃES O ACOMPANHAMENTO DO DESENVOLVIMENTO DOS BEBÊS, FORTALECENDO OS VÍNCULOS ENTRE MÃE E FILHO. AO MESMO TEMPO QUE SE ADAPTA À NOVA ROTINA, A MÃE SE SENTE SEGURA E DESENVOLVE MAIS TRANQUILAMENTE O TRABALHO.



9.1 GESTÃO DE PESSOAS

Em dezembro de 2021 tínhamos **15.663** colaboradores próprios permanentes e **2.937** colaboradores próprios com horas não garantidas (intermitentes), totalizando **18.600 colaboradores** em nossas lojas e escritórios, e todos com contratos CLT.

Considerando somente os colaboradores próprios, em 2021 tínhamos 73,6% na

região Sudeste, 15,6% na região Sul, 2,5% no Nordeste e 0,3% no Norte, com uma proporção ao redor de 50% para homens e para mulheres em todas as regiões. Em termos de faixa etária, em 2021, 72,13% estavam abaixo dos 30 anos, 25,63% tinham entre 30 e 50 e 2,24% estavam acima dos 50 anos.

Número de colaboradores próprios PERMANENTES, por região e gênero

Região	2019			2020			2021		
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total
Norte	0	0	0	0	0	0	37	7	44
Nordeste	0	0	0	0	0	0	277	93	370
Centro-Oeste	898	291	1.189	944	306	1.250	963	329	1.292
Sudeste	7.099	2.245	9.344	7.927	2.492	10.419	8.705	2.902	11.607
Sul	1.622	465	2.087	1.763	467	2.230	1.849	501	2.350
Total	9.619	3.001	12.620	10.634	3.265	13.899	11.831	3.832	15.663

Número de colaboradores próprios COM HORAS NÃO GARANTIDAS, por região e gênero

Região	2019			2020			2021		
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total
Norte	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nordeste	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Centro-Oeste	0	0	0	0	0	0	184	42	226
Sudeste	0	0	0	0	0	0	1.851	399	2.250
Sul	0	0	0	0	0	0	410	51	461
Total	0	0	0	0	0	0	2.445	492	2.937



Colaboradora Natasha Nascimento fazendo o gesto #tamojunto



Encontro mensal com os Jovens Aprendizes no Escritório Central



Encontro de Líderes (grupo da Regional 13).



Colaboradora Stephanie Neves Nascimento em loja.

VOCÊ SABIA?

SOMOS MOVIDOS A DESENVOLVER AS PESSOAS AO INVÉS DE TRAZÊ-LAS JÁ PRONTAS DO MERCADO. BUSCAMOS DAR OPORTUNIDADE PARA AQUELES QUE CONQUISTAM AQUI O SEU PRIMEIRO EMPREGO E EVOLUEM CONOSCO. UM EXEMPLO SÃO OS NOSSOS GERENTES DE LOJAS: 100% DELES SÃO FORMADOS DENTRO DE CASA!

Ouçá o nosso CEO falando sobre o tema capacitação



9.2 DESENVOLVIMENTO E CAPACITAÇÃO

Em toda nossa história, sempre defendemos e praticamos um relacionamento marcado por igualdade de oportunidades, educação e inclusão para o engajamento com os nossos colaboradores. Estimulados por esse desafio, compartilhamos com as diferentes equipes iniciativas que propiciem um ambiente de trabalho melhor no dia a dia, e que também possibilitem o desenvolvimento profissional, mantendo vivo entre nós o desejo coletivo de ser bem-sucedidos na evolução do nosso negócio. Para a Pernambucanas, é fundamental a disseminação da educação em todas as suas esferas,

com a formação e desenvolvimento de todos os colaboradores, visando elevar o nível da sua educação e garantir que esta faça parte não só da sua estratégia interna como também do atingimento dos seus resultados.

Acreditamos que, juntos, somos e podemos fazer muito mais – o nosso lema é **#Tamojunto**. Por isso, investimos em nossos colaboradores para que se sintam motivados a caminhar junto com a gente, oferecendo, em contrapartida, reconhecimento, valorização e desenvolvimento profissional, exigindo todo o nosso empenho e dedicação.

PESQUISA DE ENGAJAMENTO

Queremos que cada um de nossos profissionais se sinta parte da Pernambucanas e muito mais motivado a desenvolver sua carreira na empresa. A cada dois anos, realizamos uma pesquisa de engajamento, um momento importante para os colaboradores expressarem como estão se sentindo, compartilhando o que pensam sobre os valores, a estratégia e a nossa atuação como empregador. Neste biênio não houve essa pesquisa devido ao período de pandemia, porém, no primeiro semestre de 2022 nós a realizamos e tivemos uma taxa de adesão de 93%, alcançando um índice histórico de engajamento de 92%. Esse percentual elevado revela como, de fato, nos sentimos bem e estamos comprometido com a organização. O resultado desse clima de comprometimento para com a gestão da empresa tem sido um ambiente de trabalho positivo, inclusivo e propício ao desenvolvimento das diferentes carreiras.

CICLO DE AVALIAÇÃO

A Pernambucanas construiu o ciclo Gestão, Avaliação e Feedback, que tem como objetivo proporcionar um ambiente de desenvolvimento contínuo com foco nos resultados. Ele é composto por nove etapas que são realizadas ao longo do ano, desde a construção de metas, avaliação qualitativa comportamental, feedback, comitês de calibração, diálogos de carreira e méritos.

Entre essas ações temos o ciclo de avaliação, que acontece uma vez a cada semestre. O objetivo consiste em fortalecer o alinhamento e a comunicação entre os colaboradores admitidos há pelo menos três meses e as lideranças, buscando extrair o potencial de cada profissional, alinhado a nossos valores e ao nosso propósito.

No fim do ciclo anual de avaliações, os comitês de calibração dos cargos de liderança discutem a performance dos líderes. Os resultados das avaliações apoiam as ações de mérito e promoções, bem como os comitês de calibração, nos quais identificamos os talentos, e estruturamos o plano de sucessão e as trilhas de carreira. O formato tende a reconhecer e a valorizar as boas práticas do colaborador, tornando mais evidente o comportamento que necessita ser aprimorado ou modificado para o progresso e o amadurecimento profissional.

O ciclo de avaliação faz parte da nossa cultura e está alinhado ao que acreditamos. O indicador de 98,4%, no ciclo de 2021, está em linha com as expectativas de adesão, considerando que tivemos um aumento de índice populacional de 24% de 2020 para 2021.

Se observarmos os indicadores de mercado, a Pernambucanas se coloca entre as empresas varejistas com maior índice de adesão ao ciclo de avaliação.



Percentual do total de colaboradores próprios, discriminados por gênero e categoria funcional, que receberam avaliação regular de desempenho e de desenvolvimento de carreira.

Categoria funcional		2020			2021		
		Mulheres	Homens	Total	Mulheres	Homens	Total
Diretor	total	3	7	10	8	32	40
	avaliados	3	7	10	8	31	39
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	96,9%	97,5%
Gerente	total	186	224	410	317	242	559
	avaliados	186	223	409	314	239	553
	%	100,0%	99,6%	99,8%	99,1%	98,8%	98,9%
Chefia de unidade	total	292	106	398	509	166	675
	avaliados	292	106	398	508	164	672
	%	100,0%	100,0%	100,0%	99,8%	98,8%	99,6%
Técnico	total	15	28	43	26	44	70
	avaliados	15	28	43	24	41	65
	%	100,0%	100,0%	100,0%	92,3%	93,2%	92,9%
Assessoramento	total	5.647	1.624	7271	7.118	2.195	9313
	avaliados	5.647	1.624	7271	7.006	2.155	9161
	%	100,0%	100,0%	100,0%	98,4%	98,2%	98,4%
Total	total	6143	1989	8132	7978	2679	10657
	avaliados	6143	1988	8131	7860	2630	10490
	%	100,0%	99,9%	100,0%	98,5%	98,2%	98,4%

BATE-PAPO COM O CEO

Uma das formas dos colaboradores se manifestarem é o Café com o CEO promovido em diversas unidades. Em 2020 e 2021 esses encontros foram todos presenciais e, a partir de 2022, os colaboradores que participarem do encontro, receberão um selo em seu

perfil do Workplace com os dizeres “Eu fui no Bate-papo com o Sergio”.

Em 2021 foram realizados 138 encontros totalizando a média de 232 horas (2 horas para cada evento) com um total de 2811 colaboradores e 809 feedbacks recebidos.



ATÉ O FINAL DE 2021, O BATE-PAPO COM O CEO ATINGIU OS SEGUINTE RESULTADOS APROXIMADOS:



499
GERENTES DE LOJAS

16 eventos



1453
COLABORADORES DE LOJA

47 eventos



683
COLABORADORES DO EC* -

42 eventos



176
COLABORADORES DO CDA

1 eventos

*Escritório Central

**Centro de Distribuição Araçariçugama

SEMANA #TAMOJUNTO

Esse é um período de grande mobilização em que a liderança visita todas as unidades da Pernambucanas, com o objetivo de compartilhar os desafios da empresa, as diretrizes e as metas definidas para alcançarmos os objetivos do ano. O evento representa um momento de intenso engajamento de todos os colaboradores que se sentem envolvidos com nossa estratégia.

WORKPLACE: DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO PARA TODOS OS NOSSOS COLABORADORES

Desde que entrou no ar, em 2017, a rede social para empresas Workplace, promoveu uma verdadeira revolução na nossa comunicação. Somos pioneiros na adoção dessa plataforma da Meta, que tem permitido aumentar a interatividade entre colaboradores de diferentes áreas e unidades de negócio, favorecendo a comunicação em rede, com a troca de comentários, questionamentos e feedbacks sobre as mensagens veiculadas, contribuindo para intensificar e manter viva uma atmosfera social que fortalece o senso de pertencimento, a colaboração mútua e o engajamento do quadro de colaboradores.

NOSSA GENTE DE OURO

Como vimos em todo a construção do nosso relatório, a diversidade constitui um valor na Pernambucanas, inclusive a geracional, e tem caracterizado a história de uma empresa com mais de 100 anos, em que a presença e o convívio de diversas gerações é uma realidade há décadas. Há mais de 50 anos, a Pernambucanas promove o “Nossa Gente de Ouro”, iniciativa que reconhece os colaboradores com 25 anos na companhia. Anualmente, a empresa reúne em uma festa especial os colaboradores e seus familiares, assim como os diretores e conselheiros, para celebrarem juntos esse importante momento em que, inclusive, recebem um relógio de presente das mãos do CEO. Por ser um evento presencial, a comemoração foi postergada nos dois anos de pandemia e reunimos esses aniversariantes com os de 2022 em uma festa no primeiro trimestre deste ano. Foram homenageados 47 colaboradores.

Quarto da esquerda para a direita, Adauto Rodrigues, Supervisor na loja de Jales - SP, sendo homenageado pelo COMEX (Comitê Executivo Pernambucanas).



UNIVERSIDADE DIGITAL

Pensando na **educação como forma de transformação social**, disponibilizamos na Universidade Digital das Pernambucanas três cursos gratuitos e online para os clientes externo: Conscientização e Combate à violência doméstica contra mulher, Finanças Pessoais e Libras (<https://www.universidadepernambucanas.com.br/>)

Acreditamos na educação como poder transformador e incentivamos e encorajamos os nossos colaboradores e familiares a fortalecer o maior investimento que existe, que são eles mesmos. Em 2021, iniciamos o

desenvolvimento de uma parceria com uma Instituição de Ensino Superior a ser implantada em 2022, oferecendo aos colaboradores diversos cursos como Gestão de Recursos Humanos, Logística, Gestão Pública, Gestão Financeira, dentre outros, dentro da plataforma da nossa Universidade Digital. A oportunidade será aberta, também, aos familiares dos nossos colaboradores, contribuindo assim, para a elevação do nível educacional e a transformação social do Brasil.

Além dos programas de formação, a partir do seu primeiro dia de trabalho, cada novo colaborador é inserido em uma **trilha obrigatória**, constituída de treinamentos sobre a empresa, seu propósito, Compliance, etc.

Página inicial da UNIDIG - Universidade Digital da Pernambucanas.



Nº ADESÃO

9.038 média

USUÁRIOS ATIVOS

15.465

Nº ADESÃO

580.179

CURSOS FINALIZADOS

1.229.512

APPS BAIXADOS

23.838

PROGRAMAS CONCLUÍDOS

54 Gte Trainee
78 Supervisores
96 Líderes

Média de horas de treinamento/ colaboradores próprios por gênero

Gênero	2020			2021		
	Número total de colaboradores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento	Número total de colaboradores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento
Mulheres	14.034	783.468,0	55,8	18.568	1.002.791,0	54,0
Homens	4.636	253.256,0	54,6	5.960	322.360,0	54,1
Total	18.670	1.036.724,0	55,5	24.528	1.325.151,0	54,0

Média de horas de treinamento/ colaboradores próprios/ por categoria funcional

Categoria funcional	2020			2021		
	Número total de colaboradores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento	Número total de colaboradores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento
Diretor	51	4.400,0	86,3	37	2.094,0	56,6
Gerente	607	94.693,0	156,0	508	53.700,0	105,7
Chefia de unidade	1.177	141.521	120,2	1.063	97.633	91,8
Técnico	63	1.341	21,3	62	783	12,6
Assessoramento	16.004	761.630	47,6	21.840	1.130.334	51,8
Total	17.902	1.003.585,0	56,1	23.510	1.284.544,0	54,6

Média de horas de treinamento/trabalhadores que não são colaboradores próprios

Trabalhadores	2020			2021		
	Número total de trabalhadores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento	Número total de trabalhadores	Horas de treinamento	Média de horas de treinamento
Trainees	130	22.797	175,4	126	18.495	146,8
Estagiário	5	78	15,6	11	240	21,8
Jovem Adolescente Aprendiz	633	10.264	16,2	861	21.700	25,2
Total	768	33.139,0	43,1	998	40.435,0	40,5

Foto dos alunos formados na Oficina Escola, no Centro de Distribuição de Araçariçuama.



NOSSA UNIVERSIDADE DIGITAL EM NÚMEROS

2020

2021



151 cursos disponibilizados



202 cursos disponibilizados



18.670 colaboradores capacitados



24.528 colaboradores capacitados



1.036.724 horas totais
55:5 horas média/ colaborador.



1.325.151 horas totais
54:3 horas média/ colaborador.

Tivemos um aumento de 28% em horas de treinamento, o que mostra que a nossa plataforma digital está cada vez mais aderente à nossa realidade e ao nosso público. Observamos um aumento de

9% de horas de treinamento com foco na formação do público operacional da loja, promovendo a capacitação técnica, aumentando rentabilidade e melhorando o atendimento ao cliente.

9.3 DIVERSIDADE E INCLUSÃO

Como disse o nosso CEO em uma entrevista recente à imprensa, “lidar com diversidade é uma questão de sobrevivência”. Para ele, quem ainda não aprendeu a agir com equidade jamais será bem-sucedido como profissional ou estará à frente de uma empresa. Acesse o QRCode.



A diversidade é um dos Valores da empresa e tem caracterizado a nossa história a partir da construção diária de um ambiente propício à **diversidade em todas as relações**.

Temos orgulho de afirmar que fomos **uma das primeiras varejistas a contratar mulheres para atuar como vendedoras** em lojas, possibilitando que elas migrassem das áreas administrativas para o setor mais estratégico do varejo. Com ações efetivas, a Pernambucanas mostra o caminho

para que mulheres da sua cadeia de relacionamento assumam os seus papéis e se posicionem em busca da equidade em diversos setores. São mulheres 76% dos nossos 16 mil colaboradores: em loja, elas são maioria entre os supervisores (75%), líderes de setor (84%) e gerentes (53%).

Na Pernambucanas, a mulher é a protagonista e a nossa área de desenvolvimento tem como um dos objetivos acelerar a formação delas para oportunidades em diversos setores da empresa. Para nós, incluir é também manter e desenvolver nossos colaboradores e, assim, buscamos no entorno das lojas os candidatos às novas posições. Sempre priorizamos o recrutamento interno para o preenchimento de vagas no Centro de Distribuição e Escritório Central, e fortalecemos a nossa crença de que lutar pela equidade é formar e desenvolver pessoas: 100% do quadro gerencial das lojas são formados dentro de casa. Enfim, é um processo evolutivo e transformador que viemos trabalhando incansavelmente nos últimos 5 anos.

49% DO QUADRO GERAL DE COLABORADORES SÃO NEGROS, 76% SÃO MULHERES E 79% DE TODO O NOSSO TIME ESTÁ HOJE EM SEU PRIMEIRO EMPREGO.

A Pernambucanas desde 2019, é signatária dos **Princípios de Empoderamento das Mulheres**, liderado pela ONU Mulheres. A iniciativa internacional tem como propósito promover a igualdade de gênero e usa como alavanca sete princípios que regem esse movimento para que tenha ações (citar os sete).

Além disso, a empresa também faz parte da **Coalizão pelo Fim da Violência Contra Mulheres e Meninas**, iniciativa da ONU Mulheres e do Instituto Avon.

A Pernambucanas também integra o **Programa Tem Saída**, que visa oferecer autonomia financeira para mulheres em situação de violência doméstica e familiar, por meio da empregabilidade e geração de renda. A iniciativa é uma política pública da Prefeitura de São Paulo, por intermédio do Ministério Público, Defensoria Pública, Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo, OAB-SP e ONU Mulheres.

Somos também parceiros do **Programa Na Mão Certa**, que apoia o enfrentamento

à exploração sexual infantil de crianças nas estradas pela educação, conscientização e apoio à denúncia!

Pensando ainda nessa evolução, criamos o **Comitê Mulheres Pernambucanas**. Formado por um grupo multidisciplinar de colaboradoras mulheres, o grupo tem como missão identificar oportunidades de alavancar a carreira feminina na companhia.

Nosso Escritório Central conta com um berçário para os filhos até um ano de idade e, para nossas colaboradoras de loja, temos o auxílio creche para apoiá-las nesse momento essencial e único!

Tivemos pela primeira vez, no início do primeiro trimestre de 2022, um encontro presencial de toda a liderança feminina da empresa com o nosso CEO, voltado à trilha de carreira dessas mulheres, bem como à criação de metas e objetivos que fortaleçam cada vez mais a equidade de gênero da companhia.

Colaboradora Elizabete Dias.



IGUALDADE DE OPORTUNIDADES

Nosso sistema de remuneração se baseia na igualdade de oportunidades, em um processo que envolve avaliações formais de todos os colaboradores, que embasam a remuneração variável e os ciclos de méritos.

Acreditamos na igualdade de oportunidades e seguimos nossa jornada fortalecendo cada vez mais a nossa

crença: uma empresa para todas as pessoas. Identificamos que avançamos de forma recente e expressiva na evolução de mulheres na liderança. Com o apoio de uma consultoria externa, no fim de 2019 iniciamos a revisão da plataforma de cargos e salários e, assim, nos alinharmos às melhores práticas dos segmentos em que atuamos.

Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas

Número de casos de discriminação

2019	2020	2021
2	3	4

Todos os casos recebidos por meio do nosso canal de denúncias foram devidamente tratados. Considerando o crescimento da companhia nos últimos anos e a quantidade total de colaboradores (16 mil), entendemos que o número de casos nos últimos três anos é baixo (2,

3 e 4, respectivamente para 2019, 2020 e 2021). Atualmente, temos dois cursos que abordam o tema discriminação no trabalho e ambos compõem a trilha obrigatória de todos os colaboradores que são admitidos na empresa.



Comitê Mulheres Pernambucanas em encontro nacional com a participação de todas as gestoras mulheres do Brasil. Da esquerda para direita: Sonia Maria da Silva Luiz, Francine de Lucca Mottin, Ana Maria Pelepka, Ana Paula Moi, Daniely Delfina de Souza e Viviane Amaral Vicentini.

“

“A PERNAMBUCANAS ME AJUDOU EM MEU PROCESSO DE CONSTRUÇÃO COMO PESSOA, DE ENTENDER O MEU PAPEL E DE ME SENTIR ACEITO ASSIM COMO SOU. JÁ SÃO TRÊS ANOS NESSA TRAJETÓRIA DE ACEITAÇÃO QUE GERA OPORTUNIDADES DE FAZER MINHA CARREIRA AQUI DENTRO”

10.

MATERIALIDADE

[2-29] [3-1] [3-2]*

*Indicadores das Normas da Global Reporting Initiative (GRI)
Mais detalhes aqui

**ANTONIO MARCOS
FERNANDES DOS SANTOS**

é supervisor de vendas da PEFISA desde 2020.



Clique aqui ou
acesse o QRCode e
conheça a história
do Antonio pelo podcast

Em um Relatório de Sustentabilidade como o que se apresenta aqui, a definição de uma matriz de materialidade é a base que define os pontos mais relevantes na empresa para o seu direcionamento estratégico com foco em sustentabilidade. Para essa definição, são avaliados vários fatores e, no caso da Pernambucanas, foram aplicadas as seguintes etapas:

- Seleção de temas
- Seleção e engajamento de stakeholder

- Análise e ponderação dos resultados
- Validação

A Matriz de Materialidade definida e os conteúdos GRI priorizados estão apresentados nos dois quadros a seguir. Os temas definidos são os mais representativos dos objetivos estratégico de sustentabilidade e estão relacionados a sete assuntos prioritários para a Pernambucanas.

Temas materiais priorizados	Divulgações GRI + indicadores próprios				
Responsabilidade social e desenvolvimento das comunidades	203-1	413-1			
Gestão e desenvolvimento de fornecedores e garantia da origem dos produtos	308-1		408-1	414-1	
Carreira e desenvolvimento dos nossos colaboradores	401-1	401-2	404-1	404-2	404-3
Diversidade e inclusão	405-1	405-2			
Combate ao trabalho escravo e análogo ao escravo	409-1				
Economia circular e estímulo ao consumo consciente			Indicadores próprios		
Aquecimento Global e mudanças climáticas		305-1	305-2	305-3	

TEMAS MATERIAIS / VISÃO DOS STAKEHOLDERS



“

“NOSSA FAMÍLIA É DO NORDESTE E ELES SEMPRE NOS FALARAM DA PERNAMBUCANAS COM MUITO CARINHO. INCLUSIVE NOSSO AVÔ TRABALHOU EM UMA DAS FÁBRICAS DA FAMÍLIA LUNDGREN HÁ MUITOS ANOS. INSPIRADAS NESSAS HISTÓRIAS, DECIDIMOS FAZER A NOSSA CARREIRA AQUI.”



11.

SUMÁRIO GRI

LETÍCIA GAMA

hoje atua como Assistente Administrativa na área de Gente e Gestão. Faz parte da família Pernambucanas desde 2019.

EMELLY GAMA

atua na área Comercial da Cia, e faz parte da família desde 2020.



Clique aqui ou acesse o QRCode e conheça a história da Letícia e da Emelly pelo podcast

SUMÁRIO DE CONTEÚDOS GRI

A seguir apresentamos o sumário de conteúdos mencionados neste relatório, de acordo com padrão da GRI, indicados por tema e página em que podem ser encontrados.

Tópico Normas GRI	Identificação	Título do Conteúdo	Página	Omissão
Requisito das Normas GRI				
A organização e suas práticas de reporte	2-1	Detalhes da organização	26	
	2-2	Entidades incluídas neste relatório de sustentabilidade	24	
	2-3	Período do relatório, frequência e ponto de contato	24	
	2-4	Reformulações de informações	24	
	2-5	Asseguração externa	24	
Atividades e trabalhadores	2-6	Atividades, cadeia de valor e outras relações comerciais	26	
	2-7	Empregados	73	
Governança	2-9	Estrutura e composição de governança	40	
	2-10	Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	40	
	2-11	Presidente do mais alto órgão de governança	40	
	2-12	Papel do mais alto órgão de governança na supervisão da gestão de impactos	40	
	2-13	Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	40	
	2-14	Papel do mais alto órgão de governança nos relatórios de sustentabilidade	5	
	2-15	Conflitos de interesse	5	
	2-16	Comunicação de preocupações críticas	40	
	2-17	Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	5	
	2-18	Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	5	
	2-19	Políticas de remuneração	73	

Tópico Normas GRI	Identificação	Título do Conteúdo	Página	Omissão
Governança	2-20	Processo para determinar a remuneração	73	
	2-21	Índice de remuneração total anual	73	
Estratégia, políticas e práticas	2-22	Declaração sobre a estratégia de desenvolvimento sustentável	5	
	2-23	Compromissos com políticas públicas	40 e 58	
	2-24	Incorporando compromissos de política	58	
	2-26	Mecanismos para buscar aconselhamento e levantar preocupações	40	
	2-28	Participações em associações	58	
Engajamento de stakeholders	2-29	Abordagem para o engajamento de stakeholders (partes interessadas)	87	
	2-30	Acordos de negociação coletiva	73	
Tópicos materiais	3-1	Processo de definição de temas materiais	87	
	3-2	Lista de temas materiais	87	
	201-1	Valor econômico direto gerado e distribuído	12	
Conteúdo geral	3	Abordagem de gestão: descrição da importância do tema na organização e componentes de gestão	26	
Impactos econômicos indiretos	203-1	Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	44	
Comunidades locais	413-1	Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local	44	
NA - Indicador próprio	Pernam1	Informações relacionadas à atividade da empresa durante a pandemia	12	

Tópico Normas GRI	Identificação	Título do Conteúdo	Página	Omissão
-------------------	---------------	--------------------	--------	---------

Tema material: Gestão e desenvolvimento de fornecedores e garantia da origem dos produtos

Conteúdo geral	3	Abordagem de gestão: descrição da importância do tema na organização e componentes de gestão	26	
Avaliação ambiental de fornecedores	308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	58	
Trabalho infantil	408-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	58	
Avaliação social de fornecedores	414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	58	

Tema material: Carreira e desenvolvimento dos nossos colaboradores

Conteúdo geral	3	Abordagem de gestão: descrição da importância do tema na organização e componentes de gestão	26	
Emprego	401-1	Novas contratações e rotatividade de empregados	73	
	401-2	Benefícios oferecidos a empregados em tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou de período parcial	73	
Capacitação e Educação	404-1	Média de horas de capacitação por ano, por empregado	73	
	404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	73	
	404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	73	

Tema material: Diversidade e Inclusão

Conteúdo geral	3	Abordagem de gestão: descrição da importância do tema na organização e componentes de gestão	26	
Diversidade e Igualdade de Oportunidades	405-1	Diversidade em órgãos de governança e empregados	73	

Tópico Normas GRI	Identificação	Título do Conteúdo	Página	Omissão
Tema material: Combate ao trabalho escravo e análogo ao escravo				
Conteúdo geral	3	Abordagem de gestão: descrição da importância do tema na organização e componentes de gestão	26	
Trabalho forçado ou análogo ao escravo	409-1	Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	58	
Tema material: Economia circular e estímulo ao consumo consciente				
Conteúdo geral	3	Abordagem de gestão: descrição da importância do tema na organização e componentes de gestão	26	
NA - Indicador próprio	Pernam3	Projetos de economia circular (Oficina escola, Oficina de costura, Projeto voltei)	58	
	Pernam4	Projetos de Consumo consciente (Moda com verso e Sou algodão)	58	
Tema material: Aquecimento global e mudanças climáticas				
Conteúdo geral	3	Abordagem de gestão: descrição da importância do tema na organização e componentes de gestão	26	
Emissões	305-1	Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	68	
	305-2	Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	68	
	305-3	Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	68	



CRÉDITOS

Coordenação geral do projeto: Diretoria de Gente - Sustentabilidade

- Lívia Lopes Pereira de Souza
- Katiana Normandia Fonseca
- Emillin Caldeira Peverari

Consultoria GRI e apoio à redação: Green Domus Desenvolvimento Sustentável

- Felipe Bottini
- Arttaet Martins
- Marina Dall'Anese
- Mariana Ferraz
- Luiza Jofily
- Elisabete Alina Skwara
- Priscila Carlon

Diagramação

Thaís Dias Design

Fotos e imagens: banco de imagens da Pernambucanas

Agradecemos a todos os colaboradores, em especial aos citados abaixo, pela contribuição na realização e construção deste relatório (em ordem alfabética):

Abel Batista do Amaral
Allisson Miguel De Souza Moro
Amanda de Souza Neres
Amilton Jose Da Silva
Ana Paula Maciel Ramos Torre
Andreia Santos Portugal
Antonio Carlos Gavilan
Antonio Marcos Fernandes dos Santos
Ariel Claudio Tolchinsky
Bruno Rodrigues Salgado Vieira Pizzoni
Daniela Ferreira Bonfim Bernardo
Darci Benedito Mercúrio
Debora Cristina Ramos Blanco
Deivid William Ribeiro Pereira
Diogo Catellani
Edson Vieira Melo
Eliandra Alvarenga Squiavenati
Elisangela Pereira da Silva
Ellen Leite de Araujo

Emelly Alves da Gama
Erica Regina da Silva Sousa
Ester Veronica Santos Jardim
Fabio Zeferino da Silva
Flavia Altheman
Guilherme Fernandes Ferres
Helen de Oliveira Janeiro
Hellen Silva Santos
Hewerthon de Oliveira Silva
Igor Neder Lopes
James Nunes de Sousa
Jessica Martins da Silva
Jessica Pereira da Cruz
Jorge Murtinho Neto
Kennedy Mamedio de Souza
Larissa Emely da Silva Almeida
Leila Cristina de Camargo Vicente
Leticia Alves da Gama
Lincoln Pereira Leite
Maria Laura Brienza de Carvalho
Mariana Nemer Ferreira
Mauro Belmonte
Mel Mendes
Michele de Oliveira Endler Virgílio
Michelle Brasiliense Ferrari
Miriam Cristina de Araujo Oliveira
Nivaldo Aparecido Tomasio
Oger Silverio da Silva
Osmaine Silva da Costa
Pedro Paulo Nunes Farias
Pedro Vinicius Moura de Melo
Priscila Soave
Rafael Viscardi
Rafaela Padrao Demenis
Ricardo Papp
Robert Campisi
Robson Ribeiro
Sandra da Silva Lemos Turgante
Thiago de Oliveira Pereira
Tiago Goncalves Barbosa
Victoria Caroline Castro Bagagini
Yasmin Americo da Silva

Arthur Lundgren Tecidos S/A

Rua da Consolação, 2411

01301-100 - São Paulo, SP - Brasil

contato:sustentabilidade@pernambucanas.com.br

PERNAMBUCANAS

WWW.PERNAMBUCANAS.COM.BR

