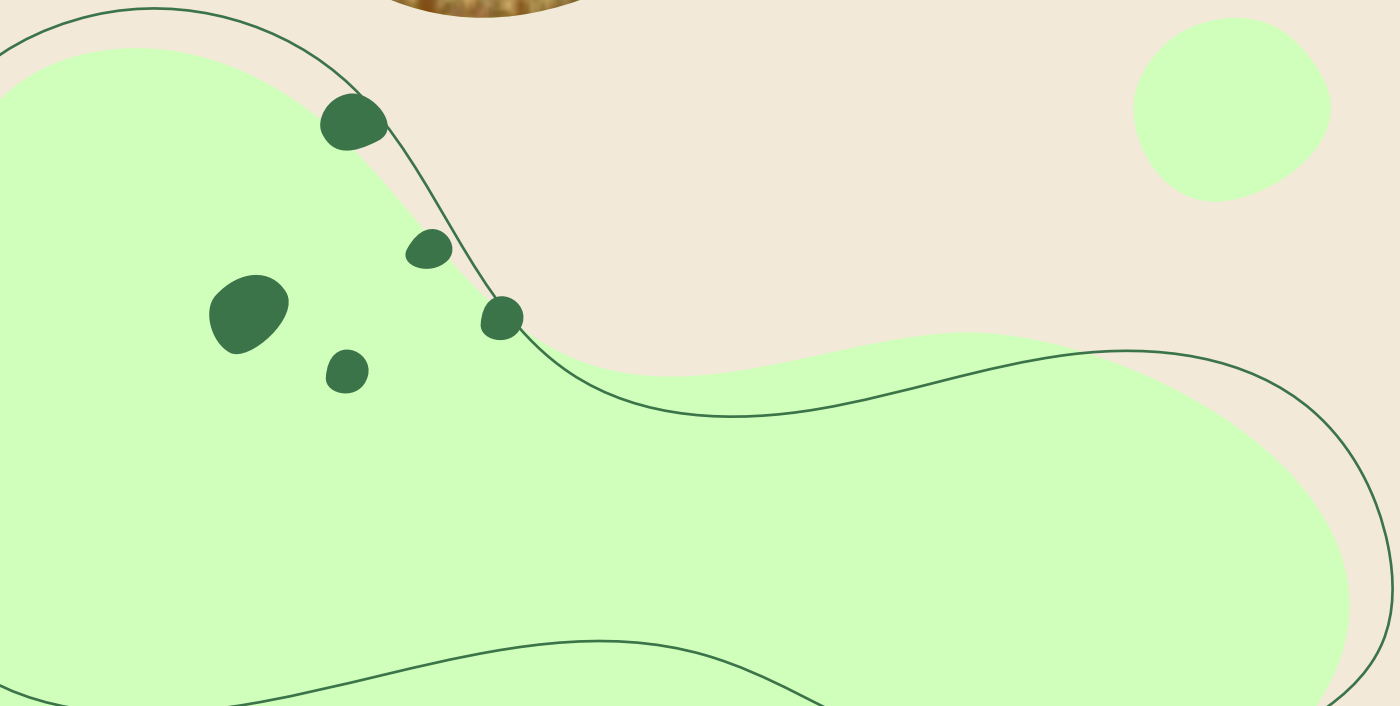
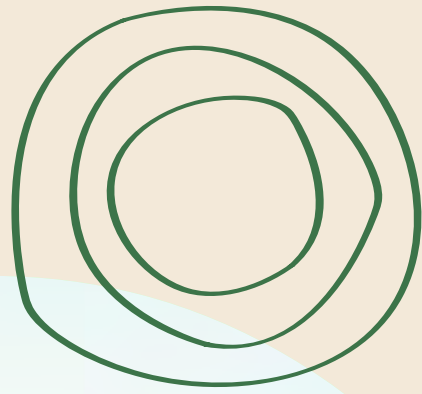
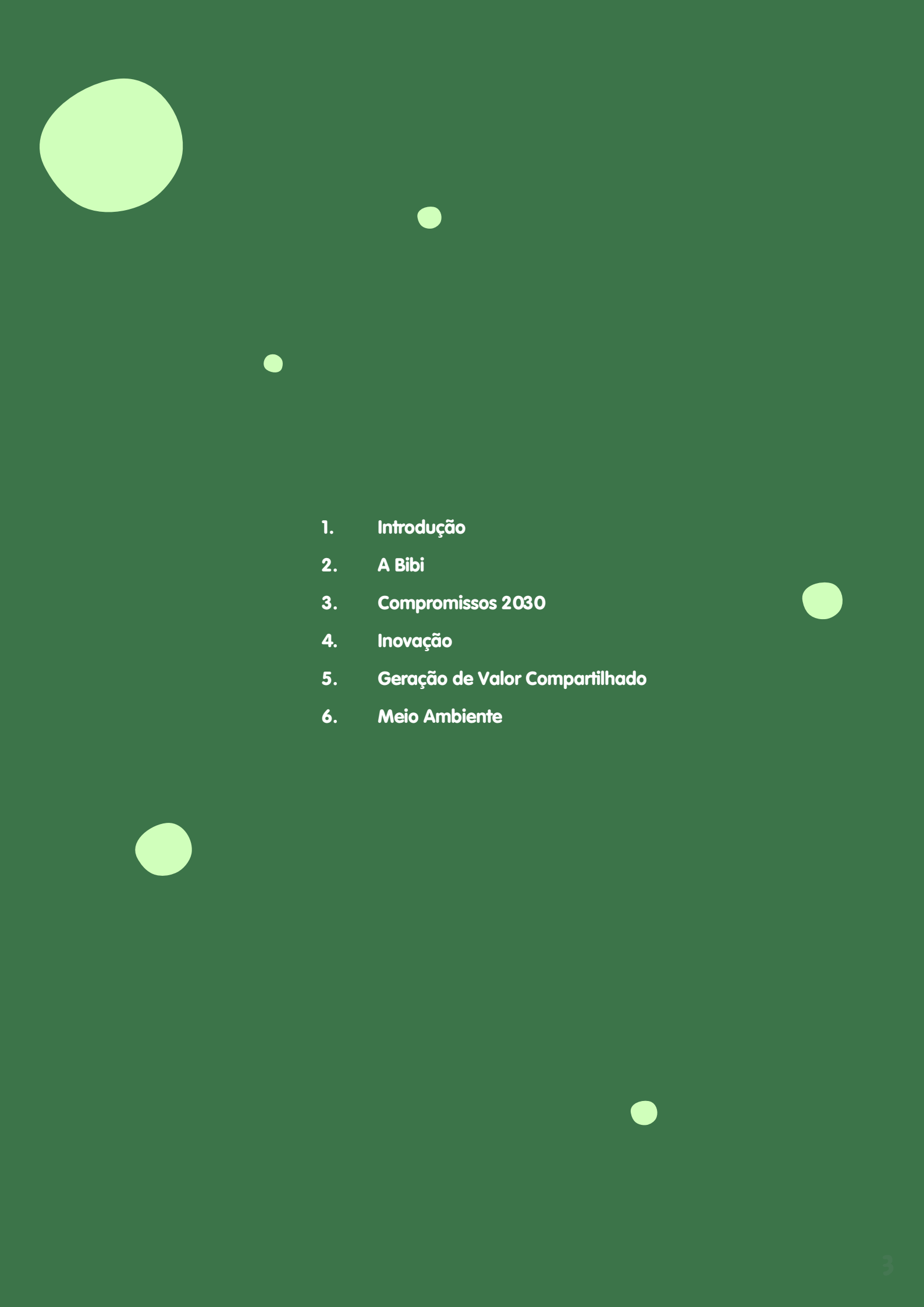


Juntos, nós fazemos o bem e cuidamos do planeta.



**RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE BIBI
2019 – 2021**



- 
1. **Introdução**
 2. **A Bibi**
 3. **Compromissos 2030**
 4. **Inovação**
 5. **Geração de Valor Compartilhado**
 6. **Meio Ambiente**



1 INTRODUÇÃO

A elaboração deste relatório vem para reafirmar e divulgar as ações que a empresa realiza desde sua fundação, em 1949, além de todo o comprometimento com os pilares sustentáveis que permeiam as mais diversas áreas da empresa.

1.1 BOAS VINDAS

Os anos de 2019, 2020 e 2021 foram extremamente desafiadores e marcados por movimentos e projetos de extrema relevância para Bibi. Neste relatório, você terá acesso a um compilado de informações relacionadas às nossas ações neste período com enfoque nas temáticas econômica, ambiental, social e cultural.

Este relatório foi elaborado com base nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), de acordo com a opção “Essencial”, e terá sua atualização realizada a cada três anos.

Dúvidas ou sugestões relacionadas ao conteúdo podem ser encaminhadas para:

bibi@bibi.com.br

1.2 ORIENTAÇÕES PARA LEITURA

Neste capítulo, você conhecerá um pouco mais sobre a forma e a metodologia utilizadas para a estruturação deste relatório, além de algumas dicas para facilitar a leitura e o entendimento do conteúdo.

OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A Bibi está alinhada com a Agenda 2030 da ONU, que reúne 17 objetivos de desenvolvimento sustentável, criados para erradicar a pobreza e promover vida digna a todos, dentro das condições que o nosso planeta oferece e sem comprometer a qualidade de vida das próximas gerações. Desta forma, cada conteúdo abordado neste relatório apresenta uma referência ao ODS diretamente relacionada ao tema.

TEMAS MATERIAIS

O conteúdo deste relatório foi organizado de acordo com os tópicos materiais identificados no processo de materialidade da companhia, cuja referência é realizada junto ao título de cada conteúdo abordado.



COMPROMISSOS DE SUSTENTABILIDADE BIBI

Cada conteúdo apresentado neste relatório apresenta uma referência quanto ao compromisso de sustentabilidade da Bibi e possui relação com a temática abordada.

1.3 ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS

Na Bibi, nada se constrói sozinho. Sendo assim, o relacionamento e o olhar para as partes interessadas (stakeholders) da empresa estão presentes e fazem parte da rotina de cada colaborador da empresa, sempre visando desenvolver relacionamentos fortes e significativos. Quando trabalhamos juntos, podemos impulsionar e apoiar mudanças, aprender e inspirar uns aos outros e encontrar as melhores soluções.



ODS:



GRI 102- 40 | 102-42 | 102-43

Nossos stakeholders	Por que eles são importantes?	Como nós nos relacionamos?
Acionistas/Membros do conselho	São os responsáveis diretos pelo direcionamento estratégico da Bibi.	Reuniões do Conselho Consultivo
Clientes (lojistas)	São a razão de existir da Bibi.	- Redes sociais - Pesquisas de satisfação - Feiras, capacitações, reuniões online e presenciais.
Consumidores		- Redes sociais - Pesquisas de satisfação - Canal de Voz do cliente Bibi - Site Bibi - Lojas Bibi
Comunidades locais	Melhorar a qualidade de vida nas comunidades onde nossos funcionários residem e trabalham está diretamente ligado à saúde de nossas operações.	- Envolvimento com ONGs - Redes sociais - Doações - Fábrica de talentos - Ações
Colaboradores da Bibi	São os responsáveis diretos por tornar a nossa missão uma realidade por meio da fabricação e desenvolvimento dos calçados.	- Canais internos de comunicação (intranet) - Reuniões gerais de rotina (Bom Dia, Bibi) - Café com a Presidente - Encontros afetivos - Capacitações e projetos de endomarketing
Franqueados	São parceiros e investidores dos nossos modelos de negócios de franquias.	- Relacionamento direto via setor de "Franquias" na Bibi - Reuniões periódicas - Encontros de franqueados
Fornecedores	São fundamentais para que a Bibi consiga entregar seu propósito e produtos com a devida qualidade. Além disto, nossos fornecedores empregam milhares de pessoas, o que reforça o compromisso da Bibi em prezar pelo desenvolvimento destas empresas.	- Evento anual de fornecedores; - Canal direto de comunicação via setor de "Suprimentos" da Bibi

1.4 MATERIALIDADE

ODS:



GRI 102-44 | 102-46 |
102-47 | 103-1

Na Bibi, a sustentabilidade é trabalhada com o objetivo de gerar valor para todas as partes interessadas. Utilizamos a avaliação de materialidade para examinar o quão relevantes são as temáticas ambientais, sociais e de governança sob a perspectiva de cada grupo de stakeholder, em conjunto com os interesses estratégicos da companhia. O resultado desse trabalho se dá pela identificação de temas considerados relevantes para nossos stakeholders, que passam a ser priorizados em nossas ações, estratégias e relatórios de sustentabilidade.

Como parte da nossa avaliação de materialidade, questionamos 164 representantes de todos os grupos de stakeholders da Bibi por meio de uma pesquisa virtual. Esse processo resultou na identificação de 13 temas como sendo os de maior importância para os stakeholders internos e externos da Bibi.

Tópico	Stakeholder impactado	Vínculo com ODS	Tópico do relatório
Resíduos sólidos	Comunidade local		Capítulo: Meio ambiente Tópico: Gestão de resíduos sólidos
Consumo de energia	Todos		Capítulo: Meio ambiente Tópico: Consumo de energia
Água e efluentes	Comunidade local		Capítulo: Meio ambiente Tópico: Água e efluentes
Emissões de GEE	Todos		Capítulo: Meio ambiente Tópico: Emissão de gases de efeito estufa
Gestão substâncias restritas	Colaboradores, consumidores		Capítulo: Meio ambiente Tópico: Substâncias restritas
Práticas justas de trabalho, saúde e segurança	Colaboradores		Capítulo: Geração de valor compartilhado Tópico: Saúde e segurança do trabalho
Capacitação dos colaboradores	Colaboradores		Capítulo: Geração de valor compartilhado Tópico: Valorização e desenvolvimento do capital humano
Gestão de fornecedores	Fornecedores		Capítulo: Geração de valor compartilhado Tópico: Desenvolvimento de fornecedores
Geração de emprego	Colaboradores, comunidade local		Capítulo: Geração de valor compartilhado Tópico: Colaboradores
Desenvolvimento das comunidades locais	Comunidade local		Capítulo: Geração de valor compartilhado Tópico: Comunidade local
Diversidade	Colaboradores		Capítulo: Geração de valor compartilhado Tópico: Colaboradores
Desempenho econômico	Todos		Capítulo: A Bibi Tópico: Construindo uma marca global de desejo. (A empresa optou em não divulgar indicadores financeiros por se tratarem de informações confidenciais)
Combate a corrupção	Acionistas		Capítulo: A Bibi Tópico: Ética e conduta
Inovação e qualidade em produtos e serviços	Colaboradores, consumidores, fornecedores e franqueados		Capítulo: Inovação Tópico: Todos os tópicos



2 A BIBI

Nesse capítulo, você conhecerá um pouco mais sobre a Bibi, nossa história, nossos produtos e nossa estrutura de governança.



2.1 PALAVRA DA PRESIDÊNCIA

ODS:



GRI 102 - 14



Quem faz parte ou conhece os mais de 70 anos de história da Bibi sabe que as questões que englobam a sustentabilidade, em diferentes frentes, fazem parte da estratégia de negócios da marca. Por meio do nosso propósito de “fazer o bem para gerar boas lembranças”, promovemos ações visando desenvolver um equilíbrio com todos os nossos stakeholders. Nesse quesito, o grande desafio é a evolução de uma cultura consistente de sustentabilidade, que deve permear os mais diversos níveis hierárquicos e departamentos, seguindo nossa missão como marca, que é de contribuir para o desenvolvimento feliz e natural da criança.

Para que seja possível colocar em prática o propósito da empresa, gerar valor para as partes envolvidas, além de entregar produtos e serviços de forma ética e sustentável para os consumidores, criamos uma Política de Sustentabilidade, que permeia objetivos estratégicos da marca. Além disso, tendo ciência da importância do comprometimento com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável definidos pela ONU (Organização das Nações Unidas), que definiu metas para que a sociedade consiga se desenvolver de forma sustentável até o ano de 2030, escolhemos os parâmetros que têm relação direta com as nossas operações.

Nesse relatório, é possível acompanhar diversas iniciativas que foram realizadas e estão sendo programadas, além das conquistas que tivemos ao longo dos últimos anos. Com orgulho ressalto que, em 2021, fomos a única marca recertificada no Selo Diamante do Programa Origem Sustentável, que atesta o compromisso da marca com as iniciativas nos processos industriais e desenvolvimento de ações em sintonia com os pilares ambiental, econômico e social. Reiteramos a nossa atuação buscando o fortalecimento do varejo para ‘pintar o mundo de laranja’, construindo uma marca global de desejo, por meio da ampliação da rede de licenciados no exterior, das franquias no Brasil e da abertura de lojas próprias, das plataformas digitais e das experiências em canais diferenciados, todas as ações baseadas nos valores que a Bibi pratica no mercado há mais de sete décadas.

Em todos os setores da marca, desenvolvemos nosso trabalho para que possamos inspirar pais e crianças, contribuir para a sociedade como um todo, sendo capazes de engajar pessoas para a ação, para o fazer, e sempre prezando pela transparência e pela verdade na prática. Para isso, queremos que os consumidores possam refletir o impacto das ações praticadas pela empresa, se tornando uma referência positiva a ser seguida e que inspira o próximo, servindo como um agente de transformação em diferentes âmbitos. Seguimos na linda jornada de construção e evolução do nosso propósito em prol da sustentabilidade, um passinho por vez.

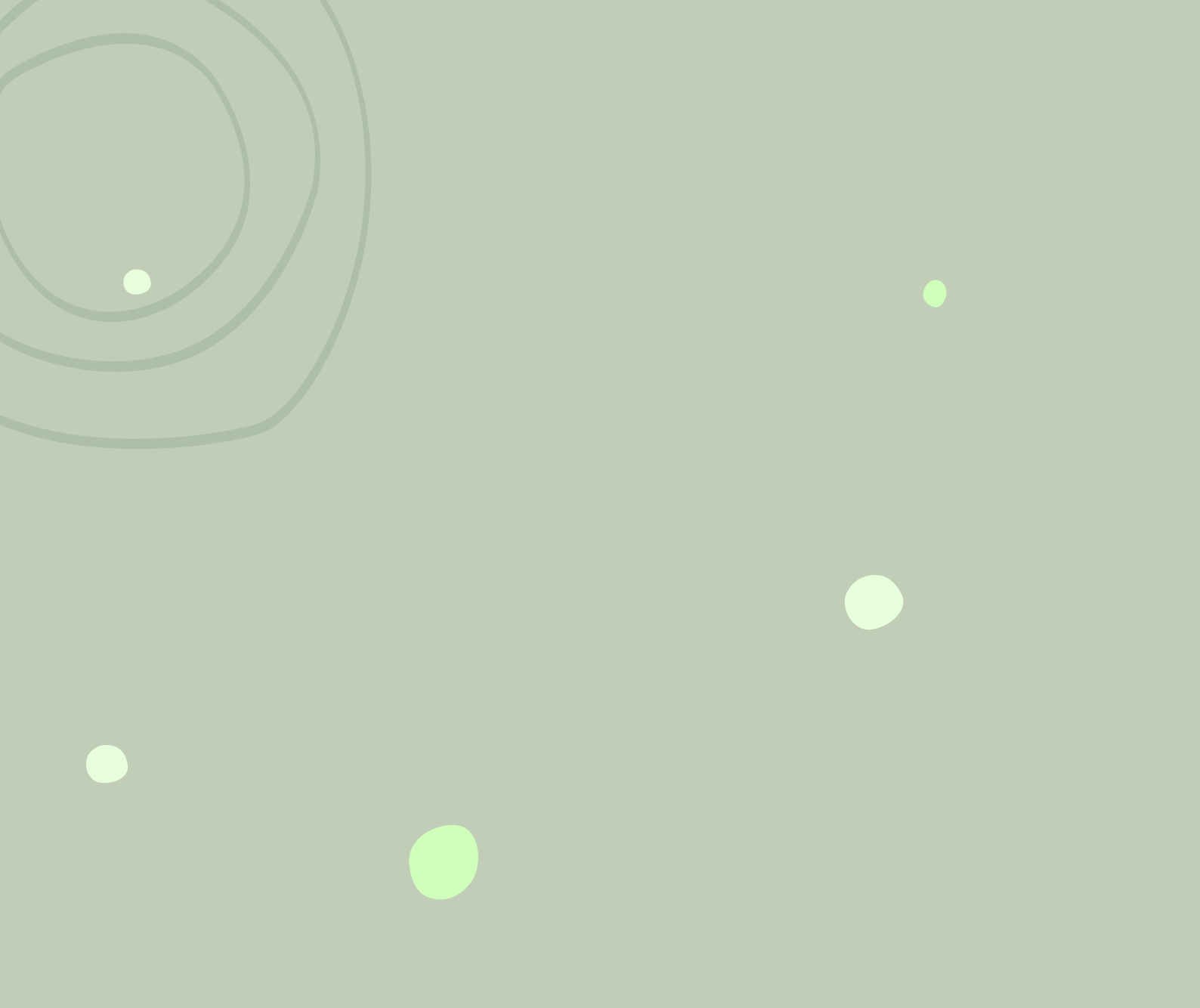
Boa leitura!

Andrea Kohlrausch,
Presidente da Calçados Bibi (3ª
Geração)

Seguindo o propósito da marca, que é “fazer o bem para gerar boas lembranças”, a sustentabilidade está alinhada com a estratégia do negócio desenvolvida pela empresa em curto e longo prazos. Na Bibi, promovemos iniciativas de cunho social, que também tendem a ser potencializadas, voltadas para as comunidades locais das regiões que abrigam nossos parques fabris, no Rio Grande do Sul e na Bahia. Já com relação ao varejo e aos consumidores, se torna mais forte a tendência de elaboração de produtos com conceitos sustentáveis, utilizando processos e matérias-primas diferenciadas neste aspecto. Visando tais questões, estabelecemos compromissos que serão desenvolvidos até o ano de 2030. Com base nos pilares econômicos, sociais e ambientais, nós, que somos a maior rede calçados infantis do Brasil, visamos promover ações com todos os stakeholders, sendo eles consumidores, fornecedores, colaboradores e parceiros. Além de pintar o mundo de laranja e levar ao nosso público-alvo calçados de qualidade, que auxiliam no desenvolvimento infantil e promovem conforto, investimos em ações em prol de um mundo melhor mirando o presente e o futuro daquelas que utilizam nossos produtos. Hoje, os consumidores não buscam apenas qualidade e custo-benefício em um produto ou serviço. Os projetos colocados em prática e a reputação da empresa, com base na atuação em diferentes frentes, inclusive a da sustentabilidade, influenciam de forma direta na decisão de compra, principalmente da nova geração, que está mais consciente. Dessa forma, trabalhamos arduamente para proporcionar bons momentos e um mundo melhor a todos envolvidos com a marca Bibi.

Marlin Kohlrausch,
ex-presidente da Calçados Bibi
(2ª Geração) e atual presidente
do Conselho Consultivo
da marca





2.2 CONSTRUINDO UMA MARCA GLOBAL DE DESEJO

Inovação, design e cuidado com os pezinhos norteiam a criação de produtos modernos, que oferecem a liberdade necessária para que todos os passos sejam dados com mais LIBERDADE E SEGURANÇA.

Promover o desenvolvimento natural e saudável para o público de 0 a 9 anos é uma das premissas básicas da Calçados Bibi. Fundada em 1949, a Bibi é referência no mercado de calçados infantis. Com fábricas em Parobé (RS) e em Cruz das Almas (BA), produz mais de 2 milhões de pares ao ano.

Presente em mais de 70 países nos cinco continentes, no Brasil está em mais de 5.000 mil pontos de venda multimarcas, além do e-commerce e de uma rede de franquias com mais de 140 lojas.

ODS:



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





A BIBI ESTÁ PRESENTE EM:

+ 5.000 PONTOS DE VENDA MULTIMARCAS NO MUNDO

+ DE 140 LOJAS NA REDE DE FRANQUIAS DO BRASIL

+ 1 E-COMMERCE NACIONAL e **1** INTERNACIONAL

+ 16 LOJAS INTERNACIONAIS LICENCIADAS



**PRESENTE EM
+70 PAÍSES E EM
5 CONTINENTES**





NOVO VAREJO



PARTICIPAÇÃO DIGITAL:

2019 – 3,5%

2020 – 13%

2021 – 11%

PARTICIPAÇÃO FATURAMENTO DO FRANQUEADO NOS PROJETOS DIGITAIS

2019 – 11,6%

2020 – 26%

2021 – 32%



CRESCIMENTO DA REDE (SOMENTE LOJAS INTERNACIONAIS)

2019 – 8 UN.

2020 – 12 UN.

2021 – 16 UN.



CRESCIMENTO DA REDE (SOMENTE LOJAS NACIONAIS)

2019 – 115 UN.

2020 – 119 UN.

2021 – 130 UN.

CRESCIMENTO DA REDE (SOMENTE LOJAS NACIONAIS E INTERNACIONAIS)

2019 – 123 UN.

2020 – 131 UN.

2021 – 146 UN.

Loja Shopping Ambato – Equador.
Inaugurada em 03/12/2021.

2.3 LINHA DO TEMPO



1949

Início das operações
com 8 funcionários



1985

Marlin Kohlrausch
assume a presidência
da empresa



1989

Exportação com
marca e design
próprios



1998

Lançamento do
conceito de Calçados
Anatômicos em todo
o mundo

Inauguração da
unidade fabril Bibi Bahia



2008

Lançamento do
conceito de
Calçados Fisiológicos
e tecnologia fisioflex



2008

Entrada no varejo brasileiro e abertura das primeiras lojas



2015

Lançamento do novo logo e propósito - para criança ser criança



2017

Abertura da 1ª loja internacional em Lima (Peru)



2019

Nova Presidente, Andrea Kohlrausch



2020

Transformação e aceleração digital



2021

Reformulação do propósito Bibi

Lançamento dos 12 compromissos da sustentabilidade.

2.4 FAZER O BEM PARA GERAR BOAS LEMBRANÇAS – NOSSO PROPÓSITO

ODS:



GRI 102-16

Fazer o bem é o que nos move a cada dia, e gerar boas lembranças é o que acreditamos que uma infância saudável e natural deve oferecer. Por isso, trabalhamos sempre para cumprir com nosso propósito e construir um mundo melhor para os pequenos, um passinho por vez.

Missão, visão e valores são importantes para que todos na Bibi deslumbrem os mesmos objetivos, contribuindo direta ou indiretamente para a conquista dos mesmos. Na Bibi, a disseminação dos atributos estratégicos é realizada de forma constante, propondo uma maior aderência coletiva à cultura organizacional. Deste modo, estes valores são passados aos colaboradores já nos seus primeiros dias de trabalho, durante a integração, e fortalecidos durante o dia-a-dia da empresa, em canais de comunicação internos e externos.



**Fazer o bem,
um passinho por vez**





NOSSA VISÃO

- Pintar o mundo de laranja.

NOSSA MISSÃO

- Contribuir para o desenvolvimento feliz e natural da criança.



NOSSOS VALORES

- Empatia com o cliente;
- Nossas pessoas;
- Gestão para resultados;
- Inovação e aprendizagem;
- Transparência e credibilidade;
- Agiliade e simplicidade.

2.5 ESTRUTURA DE GOVERNANÇA



Presidente



Andrea Kohlrausch
Presidente

Gerência



Juliano Müller
Gerente de Transformação
Digital



Mateus Giaretta
Gerente de Mercado
Externo



André Weitzmann
Gerente de Vendas



Gueidel Castro
Gerente de Desenvolv.
Inteligência



Debora Iserhardt
Gerente de Marketing



Rebeca Figur
Gerente de Projetos
Desenvolvimento



Willian Barnet
Gerente de Planejamento
Comercial



Patricia Silva
Gerente de Desenvolv.
Inteligência



Antonio Lopes
Gerente de Projetos

ODS:



GRI 102-18

A gestão da Bibi está sob responsabilidade da Diretoria Executiva da Companhia, que responde diretamente aos conselhos de administração e da família, conforme ilustrado no organograma a seguir. A gestão da empresa é apoiada por comitês de áreas consideradas estratégicas para a empresa.

2.6 ÉTICA E CONDUCTA

ODS:



GRI 205-2

Tema material: Práticas anticorrupção

Na Bibi, prezamos pela ética e por condutas adequadas em todos os nossos relacionamentos. Possuímos um Código de Ética e Conduta instituído, que rege a forma com a qual os colaboradores e representantes da Bibi devem se portar junto às nossas partes interessadas, sejam internas ou externas, de forma a estarem alinhados com os valores e a cultura da companhia.

NOSSO RELACIONAMENTO EXTERNO

- Buscar sempre a credibilidade e uma imagem institucional sólida, através da prática permanente de atitudes coerentes em relação às necessidades do mercado;
- Respeitar as leis, princípios éticos e mercadológicos;
- Respeitar os princípios econômicos, ambientais e sociais da política de sustentabilidade;
- Respeitar as exigências qualitativas de nossos clientes;
- Privilegiar o conceito de parceria com fornecedores e clientes;
- Demonstrar constantemente nosso orgulho e satisfação em fazer parte de uma empresa orientada para a busca da excelência em tudo que faz;
- A Bibi não poderá contribuir com recursos para partidos políticos, candidatos e/ou comitês partidários, independente de programa ou ideologia. Sócio ou colaborador que tenha motivação para fazê-lo, fará em caráter particular, não envolvendo a nome da empresa;
- A Imagem da Bibi não poderá ser associada a nenhum partido político;
- Compromisso com o Estatuto dos Direitos da Criança e do Adolescente;
- Os fornecedores da Bibi deverão respeitar e cumprir a legislação local referente à idade mínima dos trabalhadores, de acordo com as diretrizes da OIT - Organização Internacional do Trabalho, incluindo os requisitos legais para os programas de "jovens aprendizes", especialmente na que tange ao horário, as condições de trabalho, salários, saúde e segurança;
- Os fornecedores da Bibi devem contratar apenas trabalhadores livres que tenham documento de permissão legal de trabalho, sendo expressamente proibida a utilização de trabalho forçado de qualquer natureza, independente de motivo;
- A Bibi é transparente nos seus negócios e veto a concessão de propina ou vantagem para obtenção de benefícios, seja em relação a clientes, fornecedores, governos ou qualquer outro público com o qual se relaciona.

NOSSO RELACIONAMENTO INTERNO

- Queremos que nossos profissionais sintam orgulho de fazer parte da Bibi. É tarefa de todos os líderes promover ações que estimulem o senso de pertencimento à Bibi e corrigir situações ou comportamentos que possam ferir esse sentimento;
- Queremos o comprometimento/engajamento dos colaboradores com a empresa. O simples envolvimento não é o bastante para atingirmos nossos objetivos;
- Buscamos a resolução dos problemas: na Bibi, "todos os problemas são problemas de todos". Ao identificar um problema, apresente soluções.

100% dos colaboradores da Bibi são capacitados de acordo com o conteúdo do Código de Conduta e Ética.



2.7 FRANQUIAS E LOJAS PRÓPRIAS

ODS:



Compromisso N° 3 | Resultado-chave: 3.3 e 3.4

Representando um elo de ligação entre a Bibi e seus consumidores, além de um canal de negócio estratégico, nossas lojas e franquias são projetadas para receber os consumidores tanto em ambientes físicos quanto online, oferecendo uma experiência única com a marca.

111 FRANQUIAS
18 LOJAS PRÓPRIAS
16 LOJAS NO EXTERIOR



Resultado-chave vinculado: 3.3 - Até 2030, expandir a rede de franquias no Brasil, atingindo um número total de 250 lojas

Alvo	250 franquias até 2030
Indicador em 2021	111 franquias
Status do resultado-chave	Em andamento

Resultado-chave vinculado: 3.4 Até 2030, expandir a rede de lojas licenciadas no exterior, atingindo um número total de 100 lojas

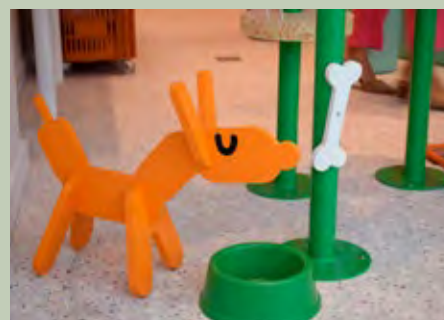
Alvo	100 lojas no exterior até 2030
Indicador em 2021	16 lojas no exterior
Status do resultado-chave	Em andamento

2.7.1 LOJAS CONCEITO

UMA EXPERIÊNCIA DIVERTIDA E INOVADORA

O espaço traz um novo conceito de design, que tem como objetivo principal aproximar o público com a marca.

A loja traduz essa essência através do equilíbrio entre uma experiência lúdica, natural e tecnológica.



EXPERIÊNCIA BIBI NO PARQUE FLORYBAL, EM CANELA (RS)



2.7.2 RECONHECIMENTOS

9 Vezes consecutivas entre as franquias top 10 pela PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS (2013/2021).

8 Vezes consecutivas condecorada com o Selo de Excelência em Franchising pela ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (2013/2021).

1º Pioneira no Brasil na fabricação de calçados infantis há mais de 70 anos.

1º Recertificada com Selo Diamante do Programa Origem Sustentável no Brasil

25 + inovadoras da Revista Amanhã (2021)



NOSSOS SELOS (PERÍODO 2019-2021)



Palavra da franqueada

"Sou franqueada Bibi há mais de dois anos e fico impressionada como a marca tem políticas de sustentabilidade que não ficam só no papel, mas que estão totalmente no dia a dia da empresa. Desde questões fabris, como usar insumos menos poluentes e cuidar com a energia, até dentro de loja, onde a empresa busca muito fazer ações de sociais, como a nossa liquida Compre 2, Leve 3 e Juntos Doamos o 4º, que levou dentro de uma promoção a ação da marca para crianças que precisam. Até nas coisas mais simples, como as embalagens recicladas, fazem nos darmos conta que é realmente uma prática da marca e que está dentro de tudo que a Bibi idealiza."



MARIANA CRISTINA HUBER GALVAN –
Franqueada das lojas Park Shopping
Barigui – Curitiba (PR), Pátio Batel
Shopping – Curitiba (PR), Shopping
Palladium – Curitiba (PR) e Shopping
Estação – Curitiba (PR)

3 COMPROMISSOS 2030



COMPROMISSO DA SUSTENTABILIDADE 2030

No ano de 2021, a Bibi divulgou os compromissos de sustentabilidade da companhia até o ano de 2030. Esse processo teve como finalidade principal a definição de norteadores estratégicos nos pilares ambiental, social e econômico, além dos seus desdobramento em uma série de metas que serão perseguidas pela empresa durante a próxima década. Os compromissos firmados pela Bibi estão alinhados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) considerados de maior relevância para a empresa.

Compromisso Nº 1: Melhorar de forma contínua o sistema de gestão ambiental da companhia, desenvolvendo processos que resultem em ganhos de ecoeficiência e na redução dos impactos ambientais negativos gerados pelas operações.

Tópicos materiais relacionados:

- Resíduos sólidos;
- Consumo de energia;
- Água e efluentes;
- Emissões de GEE;
- Gestão de substâncias restritas.

Resultados-chave:

1.1 Alcançar anualmente 100% de conformidade dos produtos fabricados com a Norma REACH (Regulamento Nº 1907/2006 Parlamento Europeu), referente à toxicidade;

1.2 Reduzir em 20% a geração de resíduos no desenvolvimento de novos produtos e operações industriais até o ano de 2025.

ODS:



GRI 103-2 | 103-3

Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) impactados:

COMPROMISSO Nº2:

ODS:



Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) impactados:

Desenvolver projetos e ações que venham a fortalecer o propósito da marca, trazendo impacto positivo à sociedade.

Tópicos materiais relacionados:

- Práticas justas de trabalho, saúde e segurança;
- Capacitação dos colaboradores;
- Gestão de fornecedores;
- Geração de emprego;
- Desenvolvimento das comunidades locais;
- Diversidade.

Resultados-chave:

2.1 Impactar a sociedade com a realização de trabalhos voluntários locais, que tenham conexão com o propósito da empresa. (Tempo/Impacto: 52 minutos anuais por colaborador Bibi);

2.2 Doar anualmente o equivalente a um dia de produção das fábricas Bibi, em calçados, para instituições que possuam conexão com o propósito da Bibi;

2.3 Oportunizar a qualificação profissional constante de jovens da comunidade local, através do programa "Fábrica de Talentos Bibi", realizando a efetivação de no mínimo 30% dos participantes do programa junto à Bibi;

2.4 Atingir anualmente uma média de 8,8 horas de treinamentos e capacitações por colaborador.

COMPROMISSO Nº3:

Promover o crescimento econômico em todas as frentes de negócio da Bibi (indústria e varejo) de forma sustentável, gerando impactos econômicos positivos na comunidade local por meio da geração de empregos e pagamento de tributos.

Tópicos materiais relacionados:

- Desempenho econômico;
- Combate à corrupção;
- Inovação e qualidade em produtos e serviços.

Resultados-chave:

3.1 Até 2030, atingir um faturamento anual de R\$ 390 milhões no Grupo Bibi;

3.2 Até 2030, atingir um faturamento anual de R\$ 350 milhões na rede de varejo Bibi (sell out);

3.3 Até 2030, expandir a rede de franquias no Brasil, atingindo um número total de 250 lojas;

3.4 Até 2030, expandir a rede de lojas licenciadas no exterior, atingindo um número total de 100 lojas;

3.5 Até 2025, atingir a participação de 30% das receitas da rede de varejo Bibi oriundas dos canais digitais;

3.6 Até 2030, garantir um aumento do lucro líquido em 6,5% ao ano, até 2030.

ODS:



Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) impactados:

3.1 COMITÊ DE SUSTENTABILIDADE

A governança da sustentabilidade na Bibi é realizada pelo Comitê de Sustentabilidade. Este comitê tem por responsabilidade alinhar as diversas ações desenvolvidas na empresa no que tange à sustentabilidade em seus aspectos ambientais, sociais, econômicos e culturais, bem como atender à necessidade cada vez maior de integrar esses assuntos e dar importância estratégica ao tema. O Comitê é formado por lideranças estratégicas dos departamentos de suprimentos, controladoria, recursos humanos e também por representantes da diretoria, incluindo a Presidente da Empresa.

Para contribuir na operacionalização, engajamento e estruturação de projetos relacionados ao tema da sustentabilidade, a companhia empoderou os denominados “Guardiões da Sustentabilidade”. Esta estrutura é formada por uma equipe multidisciplinar com atuação bastante consistente.



Foto do Comitê de Sustentabilidade

3.2 ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

Ao longo deste relatório, você poderá acompanhar, dentro dos conteúdos que possuem relação direta com os nossos compromissos, a evolução dos indicadores de desempenho rumo ao atingimento dos resultados-chave socioambientais estabelecidos.

“Para nós, da Bibi, a sustentabilidade faz parte de nossa estratégia corporativa de negócios, pois acreditamos que uma marca precisa desempenhar e validar suas ações alinhadas a um propósito consistente, fator que está muito consolidado na organização, que é de **fazer o bem**.

O Comitê de Sustentabilidade e os Guardiões da Sustentabilidade atuam fortemente visando operacionalizar, alinhar e desenvolver projetos relevantes tanto na indústria quanto no varejo, buscando sempre o fortalecimento e engajamento de todos os stakeholders junto aos conceitos ESG.

Como direcionadores macro, possuímos nossos **Compromissos 2030 da Sustentabilidade Bibi** e também o **Programa Origem Sustentável**, em que tivemos o êxito, após validação de uma auditoria de 3º parte, realizada pela certificadora Bureau Veritas, de ser a 1º empresa certificada, em 2018, e também recertificada, em 2021, com o **Conceito Diamante** do programa, que é o patamar máximo a ser alcançado. Foram auditados 104 indicadores onde tivemos distinção máxima nos resultados. Estamos no caminho certo. Seguimos fortes agregando valor, pintando o mundo de laranja e fazendo o bem de forma sustentável.”

Ismael Fischer,
Gerente de Suprimentos e Líder do Comitê de Sustentabilidade Bibi



4 INOVAÇÃO

Neste capítulo, você conhecerá algumas das ações da Bibi com foco na inovação de nossos produtos, processos e serviços.



4.1 NINHO DE INOVAÇÃO

ODS:



Tema material: Inovação e qualidade em produtos e serviços;

COMPROMISSO Nº3

Inovação para a Bibi é ver o que todo mundo vê e pensar o que ninguém pensou, para melhorar tudo aquilo que contribui para entregar MAIS VALOR para o cliente (seja ele interno, como por exemplo um setor, ou externo, como franquias ou cliente final). A partir disso, a Bibi criou o programa Ninho de Inovação, com a finalidade de estimular os colaboradores, fornecedores e parceiros de negócios a cocriar soluções inovadoras.

OBJETIVOS DO NINHO DE INOVAÇÃO:

- Tornar a Bibi a empresa mais inovadora do planeta em calçados infantis;
- Gerar e implementar ideias e projetos de inovações que gerem resultados.
- Conhecer ideias e soluções para os desafios apresentados pela Bibi;
- Fomentar a participação dos stakeholders em desafios específicos;
- Difundir a cultura da inovação interna e externamente;
- Reconhecer as inovações que geraram resultados.

4.1.1 TEMÁTICAS DO NINHO DE INOVAÇÃO

As temáticas do Desafio do Programa Ninho de Inovação Bibi estão alinhadas ao planejamento estratégico da companhia e visam direcionar os esforços de geração de inovações através das ideias, projetos e grupos de melhoria. Todas as ideias devem ser aderentes à uma das 6 temáticas estratégicas e GMCs (Grupos de Melhorias contínuas).

NEGÓCIOS:

Ideias que impactem e alavanquem novos negócios (formas de venda) ou melhorem os atuais. Busca-se a criação e integração de canais que possibilitem novas formas de aproximar a Bibi do seu consumidor, gerando mais vendas e resultados econômicos para a empresa, atrelado ao seu propósito.

EXPERIÊNCIA DA MARCA:

Propagar o propósito e aumentar a percepção de valor da marca, por meio de inovações, experiências e relacionamentos que permeiam em todos os canais e pontos de contato. Buscar soluções que impactem em toda a jornada de interação e compra do cliente, através de uma experiência encantadora e memorável.

PRODUTO:

Busca-se simplicidade para atender às expectativas e necessidades dos consumidores com maior assertividade. O objetivo é entregar mais valor para o cliente através de novos produtos ou melhorias nos já existentes.

PESSOAS:

Potencializar a entrega de valor dos colaboradores através de maior engajamento para inovar, estímulo à proatividade e protagonismo, captura e retenção de talentos, reconhecimento e desenvolvimento de todo o público.

SUSTENTABILIDADE:

Inovações que entreguem valor à marca, impactando nos aspectos de governança, ambientais, econômicos, sociais e culturais. Social/cultural:

ações que contribuam para valorizar a cultura da empresa através da prática dos nossos valores, fortalecendo nosso propósito de fazer o bem para gerar boas lembranças junto à comunidade. Ambiental: pode vir por meio de novas soluções em embalagem, energia, gestão de resíduos, economia circular, etc. Já a econômica pode ser gerada através de inovações que aumentem o valor percebido da marca ou produto, retroalimentando economicamente o sistema através da geração de receitas ou redução de custos.

PROCESSOS E ROTINAS:

Entregar mais valor através de inovações no processo produtivo e/ou em rotinas administrativas. Processo produtivo: foco na redução/eliminação de perdas e aumento de produtividade/eficiência. Rotinas administrativas: foco na otimização e integração das rotinas administrativas visando reduzir/eliminar retrabalhos e burocracias.

GMCS (MELHORIAS DE PROCESSOS):

Por meio dos Grupos de Melhorias Contínuas, ideias de melhorias de processos, com foco principalmente em eficiência, serão trabalhadas e desenvolvidas. Essas ideias também integrarão o Ninho de Inovação, sendo tratadas como melhorias.

4.2 COMITÊ DE INOVAÇÃO

ODS:



A gestão do Ninho de Inovação Bibi é realizada pelo Comitê de Inovação, que tem por objetivo principal deliberar sobre os processos de inovação da empresa, bem como estimular o desenvolvimento da inovação no ambiente corporativo e a disseminação desta cultura para todas as áreas e níveis hierárquicos. O Comitê é composto por líderes de áreas-chave, pelo gestor da inovação, pela secretária da inovação e pela presidente da empresa.



4.3 CASES DE INOVAÇÃO

4.3.1 BIBI ECO (2021)

Ampliando ainda mais ações voltadas para a preservação do meio ambiente, a marca expandiu os horizontes e incluiu em seu portfólio o calçado fabricado com garrafa PET, serragem, cascas de arroz, além de outros materiais reaproveitáveis. Com cor unissex que remete à naturalidade, o Bibi Eco tem grande parte dos seus componentes reciclados. O solado é fabricado em TR transparente com serragem e o cabedal produzido a partir de garrafas PET. O processo de colagem é feito com cola à base de água, assim como em todas as linhas. Com um visual divertido e moderno, o tênis é seguro e fácil de calçar com um engate produzido em ECO WPC, matéria-prima composta em 20% por cascas de arroz e tiras de PVC renovável de fibras de bambu



Acreditamos que é nosso papel despertar a curiosidade pela sustentabilidade e ensinar a garotada desde cedo a respeitar e cuidar do nosso planeta e do meio ambiente. Nossas ações e estratégias são norteadas dentro dos pilares sociais, ambientais, culturais e econômicos. E para traduzir nosso propósito e materializar nossas práticas sustentáveis, investimos no desenvolvimento do Bibi Eco, o primeiro calçado ecológico da Bibi. Ele contém componentes reciclados e também traz todo o design, conforto, segurança e praticidade já característicos dos produtos da marca. É um orgulho ver este projeto sair do papel e ir para os pés dos pequenos.



ODS:



Camila Kohlrausch, diretora de Marca e Varejo da Calçados Bibi.

4.3.2 BIBI PARA TODOS (2021)

No ano de 2021, a Bibi apresentou ao mercado um produto inovador com a finalidade de incluir cada vez mais crianças, inclusive as que fazem o uso de órtese, dispositivo que serve como suporte para o tornozelo, auxiliando a manter, recuperar ou aumentar a mobilidade dos pequenos com limitações físicas ou alterações motoras de origem neurológica. Chamado de "Bibi para Todos", o projeto científico do tênis foi desenvolvido em parceria com a Dra. Eliane Fátima Manfio, doutora em Biomecânica, especialista em tecnologia e conforto do calçado e

tecnologia assistiva e diretora e pesquisadora da BIOMEC FPM. O objetivo do produto é oferecer para as crianças que usam órtese um calçado na numeração adequada, respeitando as suas necessidades, que oferece ludicidade, conforto, leveza, segurança e facilidade no calce, contribuindo assim para a locomoção, crescimento, desenvolvimento saudável e independência da criança.



4.3.3 BIBI FISIOFLEX (2021)

Com grandes investimentos em pesquisas e estudos científicos, a Bibi está atenta ao desenvolvimento feliz e natural das crianças. Sendo assim, desenvolvemos o conceito de calçados fisiológicos e a palmilha fisioflex, que proporciona a sensação de andar descalço. A linha de calçados FISIOFLEX, que já é um ícone da marca, foi fabricada em 2021 com a utilização de retalhos de couro, reaproveitando materiais que seriam descartados.



4.3.4 2WAY, O TÊNIS PARA USAR DENTRO E FORA DE CASA (2019)

As crianças têm um comportamento bastante similar ao dos adultos, que muitas vezes optam por, ao entrar em casa, tirar os calçados e ficar somente de meias ou de pés descalços. Observando este hábito nas famílias e atendendo ao propósito da marca – pra criança ser criança, a Bibi criou o 2way, um tênis 2 em 1. Para ficar em casa, a criança pode usar somente a lycra que possui antiderrapante na parte de baixo. Quando for sair, basta encaixar o solado e prender com a tira de velcro. Além disso, é possível comprar outras opções de estampas e cores diferentes de lycra, para customizar o 2way do seu jeito e deixar o produto mais divertido e personalizado.



4.4 RECONHECIMENTOS EM INOVAÇÃO

O desenvolvimento de nossa área de inovação e o sucesso dos projetos implementados nos levaram a conquistar importantes reconhecimentos do mercado com relação ao tema.



Bibi em 1º lugar no prêmio Campeãs da Inovação da revista Amanhã 2021, no setor Couro e Calçados, e entre as 15 empresas mais inovadoras do sul do Brasil.



Premiação do 1º lugar no Prêmio Reclame Aqui 2021, na categoria Calçados Infantis



5

GERAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO

Neste capítulo, você irá conhecer as ações realizadas pela Bibi com o objetivo de gerar impacto positivo para todas as nossas partes interessadas, sejam colaboradores, fornecedores, comunidade local ou clientes.

5.1 COLABORADORES

ODS:



GRI 102-8 | 405-1

5.1.1 PERFIL ORGANIZACIONAL

Tema material: Geração de emprego e diversidade

Atrair e reter bons profissionais, além de proporcionar um ambiente de trabalho adequado e que incentive a inovação e o desenvolvimento pessoal e profissional dos nossos colaboradores são premissas fundamentais para a Bibi. Temos o dever de fornecer o suporte, os benefícios e as oportunidades necessárias para que nossos colaboradores tenham o sucesso desejado.

Ativos



Gênero

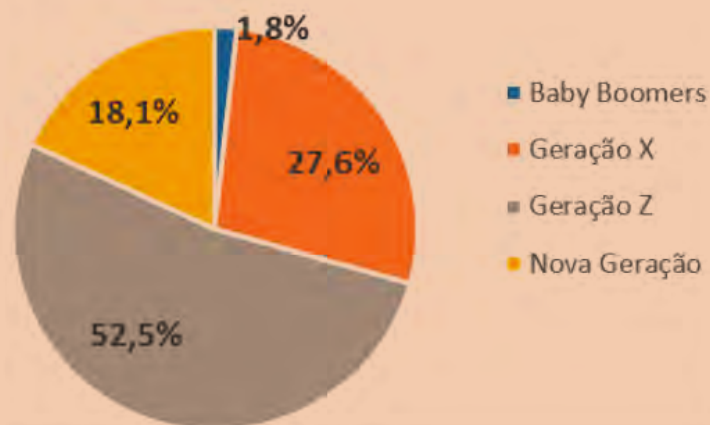


Lideranças totais: 66

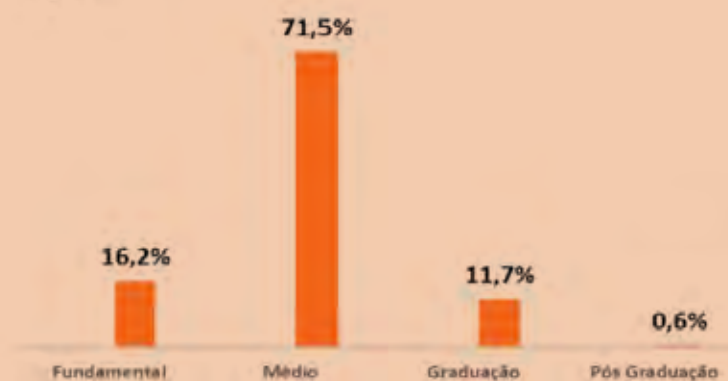


Obs: dados de dezembro de 2021

Por geração



Formação



Obs: dados de dezembro de 2021

No ano de 2020, a Bibi tornou-se signatária do manifesto “Não Demita”, em que assumiu o compromisso público de não demitir funcionários durante o período crítico da pandemia de coronavírus.



5.1.2 BENEFÍCIOS

ODS:



GRI 403-6

A promoção e o cuidado com a saúde de nossos colaboradores são de suma importância para a Bibi. Por isso, disponibilizamos o “Convênio Maternais” para nossas mamães e nos responsabilizando pelo pagamento de 50% da mensalidade da creche para as crianças de até 6 anos. Também oferecemos Plano de Saúde extensivo para familiares e o Primeiro Bibi, um presente para os filhos recém-chegados de nossos colaboradores.

Ainda na linha de cuidados, incentivamos o autocuidado e hábitos saudáveis, fomentando a prática de atividades físicas e cuidado com a alimentação e prevenção de doenças. Essas ações são realizadas diariamente, ocorrendo em pequenas pílulas ou em grandes ações, como o “Bom Dia, Empresa”, conduzido por um médico para falar de saúde, além de comunicados sobre os benefícios das frutas em nossa vida, ginástica laboral e projeto de ergonomia.

Para inspirar nossos colaboradores, também contamos com a Participação de Lucros (PPR), em que a empresa distribui 10% dos lucros das unidades fabris Matriz e Bahia. Além dos benefícios anteriormente citados, também oferecemos:

- Celebrações: presente de aniversário para cada colaborador;
- Transporte: ônibus fretado ida/volta;
- Convênio com clínicas de saúde e odontologia;
- Desconto para funcionários em produtos e cadastro VIP para um familiar ou amigo;
- Refeitório no local;
- Desconto em instituições de ensino;
- Cartão Alelo Multibenefícios.

5.1.3 AÇÕES DE ENDOMARKETING

GUARDIÕES DO ENGAJAMENTO



Nosso Guardião de Engajamento se propõe a fomentar nossa cultura e estimular as práticas de integração, difusão e fortalecimento do jeito Bibi de ser. Além disso, atua em ações com foco na inspiração, motivação e engajamento das nossas pessoas em todas as ações de endomarketing, difundindo e fortalecendo nosso propósito e valores, para que possam ser vividos e experienciados diariamente em todas as regiões

CAFÉ COM O PRESIDENTE



Tem o objetivo de reunir, mensalmente, um representante de cada área/setor para integração com a Presidente, que apresenta metas e objetivos globais e realiza ouvidoria, obtendo sugestões de melhorias.

ENCONTRO AFETIVO

Realizado mensalmente, estimulando a afetividade e proporcionando aos colaboradores de diferentes áreas a interação entre si.



BOM DIA EMPRESA



Propõe-se a realização de um encontro diário entre todos os colaboradores de cada setor para comunicar informações importantes e também passar feedback.

5.1.4 VALORIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO CAPITAL HUMANO

ODS:



GRI 404-2

Compromisso N°2 | Resultados-chave: 2.1 | 2.2 | 2.3 | 2.4

Com o objetivo de desenvolver o capital humano, a Bibi investe constantemente na capacitação de seus colaboradores, seja com treinamentos pontuais ou com projetos de alto impacto.

5.1.4.1 FÁBRICA DE TALENTOS

Desde agosto de 2010, a Calçados Bibi realiza o projeto social Fábrica de Talentos que, em parceria com o Senai, qualifica profissionalmente jovens com idade entre 16 e 21 anos. O programa é realizado nas fábricas da Bibi em Parobé (RS) e Cruz das Almas (BA), onde os alunos são capacitados e preparados para os desafios da vida. O curso visa desenvolver habilidades humanas (soft skills), tais como planejamento familiar, financeiro e ética profissional, habilidades técnicas (hard skills), em que os alunos aprendem o ofício de desenvolvimento e produção de calçados. Muitos desses novos talentos são selecionados e passam a integrar o time de colaboradores da Bibi.



+120 ALUNOS FORMADOS
EM 2019, 2020 E 2021



Rafael Brizola
Departamento Comercial

"Ingressei na Bibi através do programa Fábrica de Talentos, e o profissional que sou hoje, sou graças à Bibi"





Resultado-chave vinculado: 2.3 - Oportunizar a qualificação profissional constante de jovens da comunidade local, através do programa “Fábrica de Talentos Bibi”, realizando a efetivação de no mínimo 30% dos participantes do programa junto à Bibi.

Alvo	30% de alunos efetivados anualmente
Indicador em 2021	58% de alunos efetivados
Status do resultado-chave	Em andamento

5.1.4.2 UNIVERSIDADE BIBI

A “Universidade Bibi”, programa de qualificação das lideranças da empresa, a partir da realização de workshops sobre diversas disciplinas relacionadas à gestão empresarial, incluindo a sustentabilidade.



Resultado-chave vinculado: 2.4 Atingir anualmente uma média de 8,8 horas de treinamentos e capacitações por colaborador.

Alvo	Monitoramento do indicador iniciado
Indicador em 2021	
Status do resultado-chave	

5.1.5 SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO

ODS:



GRI 403-1 | 403-2 | 403-3 | 403-4 | 403-5 | 403-7 | 403-8 | 403-9

Tema material: Práticas justas de trabalho, segurança e saúde. Na Bibi entendemos a saúde e a segurança dos nossos colaboradores como sendo a qualidade de vida no trabalho, a saúde mental dos envolvidos e como as relações interpessoais se desenvolvem ao longo da jornada de trabalho. Acreditamos que o equilíbrio entre estas três perspectivas gera um ambiente laboral seguro para todos.

Desta forma, por meio da Equipe Técnica do Serviços Especializados em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT), composta por técnicos e engenheiros de segurança do trabalho e médicos do trabalho ergonomistas, identificamos os riscos no ambiente de trabalho através do Levantamento de Riscos Ambientais e de auditorias realizadas nos locais de trabalho. Todos os colaboradores expostos a riscos são capacitados para o exercício seguro de suas atividades.

ANO	Óbitos resultantes de acidente de trabalho	Acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)	Acidentes de trabalho de comunicação obrigatória
2019	0	7	10
2020		4	15
2021		2	6

O formulário 'HOJE EU TÔ' da Bibi é um sistema de registro de humor e estado emocional. No topo, há o logo da Bibi e o título 'HOJE EU TÔ'. Abaixo, há uma barra decorativa com vários personagens animados. O formulário principal é dividido em quatro seções, cada uma com o rótulo 'Colaboradores' e 'Hoje eu tô'. Cada seção contém uma grade de 10 colunas e 10 linhas para registro. À direita das grades, há um espaço reservado para uma foto. Na base do formulário, há uma barra de seleção com 12 opções de humor: Tristeza, Brabo, De cara, Doentinho, De boas, Festeiro, Feliz, Sentindo o frio, Sonolento, Viajando, e duas opções não rotuladas com ícones de sorriso e tristeza.

PROJETO “COMO ESTOU HOJE?”

O projeto tem por finalidade proporcionar a aproximação entre lideranças e seus colaboradores, por meio da avaliação de indicadores pessoais, informados diariamente. Todos os setores mantêm quadros com as fotos de cada colaborador, que são estimulados a colocar carinhas que refletem seu humor e estado emocional do dia. Propõe-se, com essa prática da transparência, permitir que o grupo possa apoiar os colegas em momentos de dificuldade, desenvolver a empatia, maior afetividade e integração com o grupo.

5.1.6 CORONAVÍRUS – AÇÕES INTERNAS

Para a Bibi, o mais importante é a saúde dos seus colaboradores e das pessoas que fazem parte das comunidades onde a marca atua. Sendo assim, durante a pandemia a empresa realizou uma série de ações e mudanças nos procedimentos internos, com vistas a zelar pela saúde dos colaboradores:

- Redução da jornada de trabalho. Sede administrativa atua de segunda a sexta-feira, das 9h às 16h36, e unidades fabris de segunda a quinta-feira, das 7h às 16h15, otimizando os custos da linha de produção;
- Suspensão do contrato de trabalho para grupos de risco e pessoal do Varejo (lojas da marca) por 30 dias;
- Produção de cartilha entregue aos colaboradores com orientações gerais sobre os cuidados em época de Covid-19, como evitar o contágio, além da forma correta sobre como colocar, retirar e guardar a máscara;
- Conscientização nos meios de comunicação internos da empresa;
- Medição da temperatura nas catracas. Pessoas com temperatura igual ou acima de 37,8° são direcionadas à médica da empresa;
- Álcool em gel individual em todas as áreas para higienização periódica;
- Produção própria de máscaras para colaboradores, com tecido que repele a água e é microbiano, sendo seu uso obrigatório;
- Esclarecimentos sobre a Covid-19 com médico da empresa;
- Cuidado com o espaçamento seguro entre pessoas;
- Escalonamento de horários na jornada de trabalho e no uso do refeitório.

5.2 DESENVOLVIMENTO DE FORNECEDORES

ODS:



GRI 102-9

Tópico Material: Gestão de fornecedores

Na Bibi, prezamos por relacionamentos sustentáveis e duradouros com nossos fornecedores. Possuímos como estratégia operacional a produção/industrialização de produtos 100% nacionais, com foco em regiões próximas às unidades produtivas da empresa. O objetivo é potencializar os impactos sociais positivos com foco na geração de empregos e riqueza local.

Os fornecedores contratados se dividem entre fornecedores de matérias-primas, imobilizados, prestadores de serviços, fornecedores de marketing, fornecedores de varejo e transportadores.

A LOCALIZAÇÃO GEOGRÁFICA

RS **70%** / SC **2%** / SP **14%** / BA **6%** / Outros **8%**

Encontro de
fornecedores Bibi
(2020)



Como forma de garantir o compliance e a qualidade na cadeia de fornecedores, mitigando riscos operacionais, a Bibi possui um sistema de avaliação de fornecedores, em que eles são avaliados em aspectos de responsabilidade socioambiental (licenças, alvarás, conformidade trabalhista), aspectos técnicos (qualidade, prazos de entrega) e aspectos financeiros (saúde financeira do fornecedor). Atualmente, a Bibi possui cerca de 250 fornecedores, sendo que eles são avaliados pelo sistema de avaliação de fornecedores da companhia.

Desde 2012, a Calçados Bibi realiza anualmente um encontro de fornecedores que visa alinhar as estratégias da marca de calçados infantis pioneira no Brasil para o ano vigente, efetuar a integração com a cadeia de fornecedores e premiar as empresas que mais se destacaram em diferentes categorias.

5.3 COMUNIDADE LOCAL

Tópico material: Comunidade local

GRI 102-12 | 413-1

Fazer o bem está no DNA da Bibi e temos muito orgulho de contribuir para o desenvolvimento das regiões em que atuamos, com iniciativas que integram nossos colaboradores, que atuam como voluntários em muitos projetos.

Número de doações realizadas pela Bibi nos últimos três anos a instituições de ensino e de caridade das comunidades locais onde tem suas sedes fabris	
2019	1.413 pares e um valor de R\$ 73.551,50
2020	3.260 pares com um valor de R\$ 161.575,55
2021	5.875 pares com um valor de R\$ 369.084,45

LIQUIDA BIBI (2021)



Norteadas pelo propósito de fazer o bem para gerar boas lembranças, a Bibi promoveu, em julho de 2021, uma liquidação do bem. Na compra de dois pares de calçados, o cliente levaria o terceiro e um quarto produto seria doado para instituições próximas das lojas da rede, selecionadas pelos próprios franqueados. Ao final da ação, cerca de 3.000 pares foram doados.

HOSPITAL PEQUENO PRÍNCIPE – CURITIBA/PR (2021)

Dando continuidade aos projetos sociais que têm sinergia com o propósito de fazer o bem para gerar boas lembranças, a Calçados Bibi foi uma das marcas participantes do Bazar Nobre é Contribuir. Promovido, dia 08 de dezembro, pelo Hospital Pequeno Príncipe de Curitiba (PR), a iniciativa foi realizada em parceria com a TROC, o maior brechó online do Brasil. O bazar de Natal contou com mais de 500 peças novas, entre femininas e infantis, de marcas renomadas, como a Bibi, que doou 220 pares de calçados para crianças de 0 a 9 anos. O projeto visa arrecadar fundos que serão destinados à assistência em saúde de crianças e adolescentes de todo o Brasil.

DOAÇÃO DE CALÇADOS PARA RECÉM-NASCIDOS – PAROBÉ/RS (2020)

Em setembro de 2020, a Bibi efetuou a doação de 293 pares de calçados para recém-nascidos do Hospital São Francisco de Assis, localizado em Parobé (RS). O intuito é presentear papais e mamães com um sapatinho feito especialmente para as crianças dessa faixa etária. Desde a segunda quinzena de agosto, todos os bebês nascidos no hospital ganham este presente da Bibi. A iniciativa tem como intuito valorizar o trabalho desenvolvido pelo hospital para moradores da cidade e região.



COR E ALEGRIA NO PÉ – DIA DAS CRIANÇAS (2020)

Para deixar o Dia das Crianças ainda mais completo e colorido, a Calçados Bibi e a Tintas Killing, em parceria com o ex-jogador de futebol Paulo César Fonseca do Nascimento, mais conhecido como Tinga, promoveram a ação solidária Cor e Alegria no Pé, dia 12 de outubro de 2020. O bairro Restinga, na zona sul de Porto Alegre (RS) foi escolhido por ser o local onde nasceu o jogador que ganhou o apelido em homenagem às suas origens. Ainda como parte da ação social, a praça Esplanada foi revitalizada no final de setembro, com a pintura de bancos, postes e demais áreas, por meio da doação de mais de 260 litros em produtos realizada pela Tintas Killing. Além disso, a Calçados Bibi doou 1,9 mil pares de calçados para crianças de 0 a 9 anos que são atendidas por ONGs que atuam na região.



Resultado-chave vinculado: 2.1 Destinar 52 minutos anuais, por colaborador, para a realização de trabalhos voluntários com impacto local que possuam conexão com o propósito da Bibi.

Alvo	Monitoramento do indicador iniciado em 2022.
Indicador em 2021	
Status do resultado-chave	

DOAÇÃO DE MÁSCARAS E CALÇADOS – BAHIA E RIO GRANDE DO SUL (2020)

Em abril de 2020, a Bibi efetuou a doação de mil pares de calçados para crianças das instituições APAE, em Parobé (RS), Lar Padilha e Instituto Vida Breve, ambos em Taquara (RS), e para assistências sociais das prefeituras municipais de Parobé e Cruz das Almas (BA).

Outra iniciativa realizada foi a confecção de máscaras feitas com um não-tecido que possui tratamento antimicrobiano e tecnologia Drop Bibi que transpira e repele a água, que serão doadas mensalmente para o hospital em Parobé. As máscaras de proteção também foram destinadas aos 1.215 colaboradores da Bibi e à equipe que atua no varejo, ou seja, nas lojas da rede. Além de ser obrigatório o uso na linha de produção, o item é essencial no combate à disseminação da Covid-19 no Brasil, quando aliado a outras medidas, como o distanciamento seguro e a higienização frequente das mãos com água e sabão ou álcool gel.

Resultado-chave vinculado: 2.2 Doar anualmente o equivalente a um dia de produção das fábricas Bibi, em calçados, para instituições que possuam conexão com o propósito da Bibi.	
Alvo	5.875 pares em 2021
Indicador em 2021	5.875 pares em 2021
Status do resultado-chave	Em andamento



6

MEIO AMBIENTE

Na Bibi, o nosso compromisso com o meio ambiente e com uma infância saudável é levado a sério em cada atitude. Neste capítulo, você poderá acompanhar as ações que realizamos visando a redução do impacto ambiental de nossas atividades, com vistas a deixarmos um mundo melhor para as atuais e futuras gerações.



6.1 GESTÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS

ODS:



GRI 306-1 | 306-2 | 306-3 |
306-4 | 306-5

Tema material: Resíduos Sólidos

Compromisso N°1 | Resultado-chave: 1.2

A Bibi tem a correta gestão dos resíduos sólidos como um dos principais compromissos firmados para o ano de 2030, por entender a relevância destas ações frente ao alto volume de resíduos gerados.

Na Bibi os resíduos gerados são destinados para três tipos de tratamento: reciclagem, coprocessamento e tratamento específico. Desta forma, a empresa não encaminha resíduos para aterros industriais, de forma a reaproveitar e/ou reciclar 100% dos resíduos gerados. Todos os parceiros aos quais são destinados os resíduos, são empresas devidamente licenciadas e que atendem aos princípios brasileiros de avaliação de fornecedores da bibi.

Desde 2019, os resíduos de couro gerados pela Bibi são encaminhados para tratamento externo, onde são utilizados para a fabricação de fertilizante natural para produções agrícolas, reinserindo desta forma o resíduo na cadeia de consumo.

RECICLA bibi



RESÍDUO GERADO	UN	2019	2020	2021	TOTAL ACUMULADO (kg)
COURO	KG	7.689	9.822,5	4.952,00	22.463,50
PÓS DIVERSOS	KG	1.384	700,5	1.083	3.168
VARRIÇÃO	KG	12.824	20.148,50	23.742	56.715
TECIDOS	KG	21.943	6.302,50	26.874	55.119,50
SINTÉTICO DE PVC DUB.	KG	1.780	2.902	5.745	10.427
PALMILHA EVA D/COM COURO	KG	3.787	3.153	3.303	10.243
SAPATO PICADO C/ TR	KG	2.523	3.046,50	2.652	8.222
COMPONENTE ELETRÔNICO	KG	64	152	0	216
ESPUMA BCO / PTA	KG	83	0	0	83
PAPEL/PAPELÃO	KG	29.363	20.915,50	32.527	82.805
CONTRAFORTE	KG	2.300	2.322,50	2347	6.970
PLÁSTICO BRANCO	KG	1.775	2.905	2846	7.526
PLÁSTICO DURO	KG	906	577,5	991	2.475
METAL	KG	594	744	929	2.267
TOTAL GERAL	KG	87.015	73.693	107.991	268.699

A diferença significativa na geração de resíduos sólidos com relação à quantia de pares produzidos se dá pela variedade de produtos fabricados pela empresa, tendo cada um suas características e especificidades, que podem vir a resultar em uma geração maior ou menor de resíduos. Sendo assim, firmamos o compromisso de reduzir em 20% a geração de resíduos no desenvolvimento de novos produtos e operações industriais até o ano de 2025, visando diminuir cada vez mais a quantidade de resíduos sólidos no desenvolvimento de nossos produtos.

Além de ações com foco no desenvolvimento de produtos, a Bibi também fomenta ações relacionadas à educação ambiental de seus colaboradores, tal como projeto "Recicla Bibi", que incentiva os colaboradores a levarem alguns tipos de resíduos para serem reciclados na empresa.



Resultado-chave vinculado: 1.2 - Reduzir em 20% a geração de resíduos no desenvolvimento de novos produtos e operações industriais, até o ano de 2025.

Alvo	80 g/par produzido até 2025 (Ano base 2020)
Indicador em 2021	124 g/par produzido
Status do resultado-chave	Em andamento

6.2 SUBSTÂNCIAS RESTRITAS

ODS:



Tema material: Substâncias Restritas

Compromisso N° 1 | Resultado Chave 1.1

A Bibi se orgulha em dizer que todas as matérias-primas utilizadas na fabricação de seus produtos são livres de substâncias tóxicas. Isso se torna possível pois a empresa, em parceria com o Instituto Brasileiro de Tecnologia de Couro, Calçados e Artefatos, desenvolveu um programa para a avaliação dos materiais fornecidos à Bibi, que devem estar alinhados com as principais normas internacionais com relação ao tema.

Resultado-chave vinculado: Alcançar anualmente 100% de conformidade dos produtos fabricados para com a Norma REACH (Regulamento N° 1907/2006 Parlamento Europeu), referente a toxicidade.

Alvo	100% de matérias-primas em conformidade para com a Norma Reach
Indicador em 2021	100%
Status do resultado-chave	Em andamento

6.3 CONSUMO DE ENERGIA

Tema material: Consumo de energia

Na Bibi, 100% da energia elétrica consumida é oriunda de fontes renováveis, tais como eólica e solar.

ODS:



GRI 302-1 | 302-3 | 302-4

ANO	MW(h)*	KW(h) / pares produzidos
2019	3.797,00	0,002
2020	3.095,18	0,002
2021	3.663,59	0,002

O ano de 2021 apresentou um aumento do consumo absoluto de energia elétrica em nossas operações, resultado da produção de um volume maior de pares de calçados no período. O indicador de eficiência energética (KWh/par) manteve-se estável no período. Para uma redução de consumo e um aumento da eficiência no consumo de energia em nossas operações, temos realizado uma série de ações, tais como:



Substituição das lâmpadas por lâmpadas de LED



Padronização dos horários de trabalho nos setores para que a energia possa ser economizada durante o horário do almoço e término do expediente



Conscientização dos colaboradores



Monitoramento dos inversores de energia elétrica para a minimização do consumo



Modernização do layout com redução do número de máquinas no parque fabril

6.4 ÁGUA E EFUENTES

ODS:



303-1| 303-2| 303-3
303-4| 303-5

Tema material: Consumo de água

Apesar de não se tratar de um insumo essencial para os processos da Bibi, sabemos da importância do consumo consciente deste recurso natural e buscamos continuamente reduzir o consumo de água em nossas rotinas e atividades gerais.

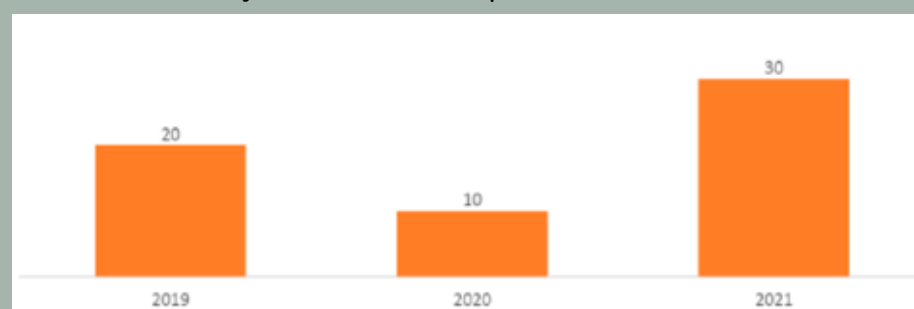
Consumo de água por fonte (m³)



Representatividade de consumo por fonte de abastecimento, em 2021.

A geração de efluentes líquidos industriais ocorre apenas no processo de lavagem de telas de serigrafias e, posteriormente, são encaminhados para tratamento externo em parceiros devidamente licenciados.

Geração de efluentes líquidos industriais m³



6.5 EMISSÃO DE GASES DE EFEITO ESTUFA

Tema material: Emissão de gases de efeito estufa

No ano de 2020, iniciamos o monitoramento das emissões de gases de efeito estufa gerados por nossas atividades, inicialmente em nossa unidade matriz. Ao longo dos próximos anos, estaremos ampliando a abrangência deste mapeamento para todas as nossas operações, de forma a tomarmos ações assertivas para reduzir o impacto gerado.

Visando compensar parte das emissões geradas por nossas atividades, além de incentivar atitudes de preservação do meio ambiente e seus recursos naturais, despertar a curiosidade às práticas sustentáveis das gerações futuras e garantir o cumprimento de responsabilidades sociais da marca para a construção de um mundo melhor, em 2021 realizamos a Eco Friday. Durante este dia, a cada compra realizamos o plantio de uma árvore. Em parceria com a Box Print, empresa certificada com o selo Forest Stewardship Council (FSC), que garante a produção das hortas com papel proveniente de fontes sustentáveis, a Bibi realizou o plantio de 3 mil árvores com a campanha. Além disso, para deixar o ato mais especial, os consumidores que efetuaram suas compras nas lojas da marca receberam uma eco bag exclusiva.

ODS:



GRI 305-5

HIGHLIGHTS ECOFRIDAY

+ 3.000

árvores plantadas

+ 800

toneladas de CO₂ retiradas
da atmosfera ao longo dos
próximos sete anos



PROGRAMA ORIGEM SUSTENTÁVEL

As boas práticas de sustentabilidade realizadas pela Bibi resultaram na recertificação da empresa junto ao Programa Origem Sustentável, em seu maior nível de reconhecimento, o Diamante.

O Programa Origem Sustentável contempla 104 indicadores nas perspectivas de gestão, meio ambiente, responsabilidade social, gestão econômica e ações culturais. Trata-se da única certificação de sustentabilidade e ESG em nível global com foco na cadeia calçadista. A Bibi foi a primeira empresa calçadista certificada com o Selo Diamante do Programa, em 2018, além de ser a única calçadista recertificada em 2021.



SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 102: Divulgações gerais	102-1 Nome da organização	X
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	X
	102-3 Localização da sede	X
	102-4 Localização das operações	X
	102-5 Propriedade e forma jurídica	Empresa de capital fechado e sociedade limitada (LTDA)
	102-6 Mercados atendidos	X
	102-7 Porte da organização	X
	102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	X
	102-9 Cadeia de fornecedores	X
	102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não houveram mudanças significativas
	102-11 Princípio ou abordagem da precaução	A Bibi não adota a abordagem/ princípio da precaução
	102-12 Iniciativas externas	X
	102-13 Participação em associações	Abicalçados - Associação Brasileira das Indústrias de Calçados; IBTeC - Instituto Brasileiro de Tecnologia do Couro, Calçado e Artefatos; SINDICAP - Sindicato das Indústrias de Calçados de Parobé; SINDCALÇADOS - Sindicato da Indústria de Calçados da Bahia, seus Componentes e Artefatos do Estado da Bahia; ACI - Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha; ABVTEX - Associação Brasileira do Varejo Têxtil; ABF - Associação Brasileira de Franchising
	102-14 Declaração do decisor mais graduado da organização	
	102-16 Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	
	102-18 Estrutura de governança	
	102-40 Lista de stakeholders	
	102-41 Acordos de negociação coletiva	100% dos empregados
	102-42 Base para identificação e seleção de stakeholders para engajamento	
	102-43 Abordagem para o engajamento de stakeholders	
	102-44 Principais tópicos e preocupações levantadas	
	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	A empresa optou por não divulgar as informações econômicas na versão pública de seu relatório
	102-46 Definição do conteúdo do relatório e limite dos tópicos	
	102-47 Lista de tópicos materiais	X
	102-48 Reformulações de informações	Não ocorreram reformulações de informações
	102-49 Alterações em escopo e limites	Não ocorreram alterações
	102-50 Período coberto pelo relatório	X
	102-51 Data do último relatório	X
	102-52 Ciclo de emissão de relatórios	X
	102-53 Ponto de contato para perguntas sobre o relatório	X
	102-54 Declaração de elaboração do relatório de conformidade com Standards GRI	X
	102-55 Sumário de conteúdo GRI	X
	102-56 Verificação externa	Este relatório não foi verificado por terceira parte.

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 103: Forma de gestão	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	x
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	x
	103-3 Avaliação da forma de gestão	x

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 201: Desempenho econômico	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	A empresa optou por não divulgar as informações econômicas na versão pública de seu relatório, por se tratarem de dados estratégicos.
	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	
	201-3 Obrigações do plano de benefício definido e outros planos de aposentadoria	
	201-4 Assistência financeira recebida do governo	

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 205: Combate à corrupção	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Não monitorado
	205-2 Comunicação e treinamento sobre políticas e procedimentos anti-corrupção	X
	205-3 Casos confirmados de corrupção e ações tomadas	Não foram identificados

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 302: Energia	302-1 Consumo de energia dentro da organização	x
	302-2 Consumo de energia fora da organização	Não monitorado
	302-3 Intensidade energética	x
	302-4 Redução do consumo de energia	x
	302-5 Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços	Não monitorado

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 303: Água e efluentes	Conteúdo 303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	X
	Conteúdo 303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	X
	Conteúdo 303-3 Captação de água	X
	Conteúdo 303-4 Descarte de água	X
	Conteúdo 303-5 Consumo de água	X

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 305: Emissões	305-1 Emissões diretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 1)	Não monitorado
	305-2 Emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 2)	Não monitorado
	305-3 Outras emissões indiretas de gases de efeito estufa (GEE) (Escopo 3)	Não monitorado
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Não monitorado
	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	X
	305-6 Emissões de substâncias que destroem a camada de ozônio (SDO)	Não monitorado
	305-7 Emissões de NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas	Não monitorado
GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão

Indicadores essenciais

Tópicos materiais

SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

GRI 306: Resíduos	Conteúdo 306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	X
	Conteúdo 306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	X
	Conteúdo 306-3 Resíduos gerados	X
	Conteúdo 306-4 Resíduos não destinados para disposição final	X
	Conteúdo 306-5 Resíduos destinados para disposição final	X

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 401: Emprego	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	X
	401-2 Benefícios para empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período	x
	401-3 Licença maternidade/paternidade	Não informado

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 403: Saúde e segurança no trabalho	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	X
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	x
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	X
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	X
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	X
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	Não monitorado
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	X
	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	X
	403-9 Acidentes de trabalho	X
	403-10 Doenças profissionais	Não monitorado

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 404: Capacitação e educação	404-1 Média de horas de treinamento por ano, por empregado	Não monitorado
	404-2 Programas para o desenvolvimento de competência dos empregados e de assistência para a transição de carreira	Não monitorado
	404-3 Percentual de empregados que recebem regularmente avaliações de desempenho e de desenvolvimento de carreira	100%

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades	405-1 Diversidade de órgãos de governança e empregados	X
	405-2 Proporção do salário-base entre homens e mulheres	Não monitorado

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 413: Comunidades locais	413-1 Operações com engajamento da comunidade local, avaliações de impactos e programas de desenvolvimento	X
	413-2 Operações com impactos negativos significativos, reais e potenciais, nas comunidades locais	Não foram identificadas

GRI Standard	Descrição	Página / Resposta / Razão de Omissão
GRI 414: Avaliação social de fornecedores	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais 414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas	100% dos fornecedores

 Indicadores essenciais

 Tópicos materiais

