

INFORME
ANUAL
2018

LOJAS RENNER S.A.



CMICADO

youcom

realize

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3	RESULTADOS ECONÓMICOS	19
SOBRE EL INFORME	4	ESTRATEGIA	22
MENSAJE DE LA PRESIDENCIA	6	PROVEEDORES RESPONSABLES	32
DESTACADOS DE LA GENERACIÓN DE VALOR ...	7	GESTIÓN ECOEFICIENTE	38
QUIÉNES SOMOS	9	PRODUCTOS Y SERVICIOS SOSTENIBLES	45
PANORAMA	10	PARTICIPACIÓN	51
GOBERNANZA	13	ÍNDICE GRI	63
GESTIÓN DE RIESGOS	16	MAPA DE CAPITALES	70
		DICTAMEN DE LA AUDITORÍA	71
		CRÉDITOS	73



SOBRE EL INFORME

GRI 102-45, 102-53

OBJETIVO

El presente Informe, publicado anualmente, pone en práctica nuestro compromiso para con la transparencia y el diálogo abierto con todos los públicos.

Aquí presentamos información clara sobre Lojas Renner S.A., la forma como hacemos negocio, nuestra estrategia de sustentación y de generación de valor y nuestro desempeño en 2018.

¡ESTÉ ATENTO!

A lo largo del contenido, siempre que usemos los términos “Lojas Renner S.A.” o “Compañía” nos referimos a Tiendas Renner (Renner) y sus sociedades controladas: Camicado, Youcom y Realize.

Cuando nos referimos específicamente a uno de los negocios, usamos los términos Renner, Camicado, Youcom y Realize o, inclusive, “Empresa”.

MEJORES PRÁCTICAS

Nos adherimos a directrices internacionalmente reconocidas -Global Reporting Initiative (GRI) desde 2010 y Reporte Integrado (IR) desde 2015- estándares que orientan la divulgación sobre temas relevantes para la sostenibilidad de las empresas y le dan al lector comparabilidad y transparencia. También promovemos el aseguramiento del informe por medio de auditoría realizada por una empresa independiente que garantiza la veracidad y solidez de la información.

Por primera vez publicamos el Informe Anual junto a la divulgación de resultados del año, a inicio de febrero, procurando darle más relevancia y tempestividad a la información.



INTEGRATED REPORTING <IR>

CÓMO NAVEGAR

HERRAMIENTAS DE ORIENTACIÓN

Además de la lectura lineal de esta publicación, al final del informe usted encuentra dos posibilidades diferentes de navegar, que están orientadas por:

INDICADORES GRI

Índice remissivo que explica qué es cada indicador GRI y presenta la página en que se reporta. Al acceder a la página en la que hay un indicador, usted encontrará el símbolo GRI XX-X.

Obtenga más información sobre la directriz en el sitio web de la [GRI](#).

CAPITALES (REPORTE INTEGRADO)

Mapa que presenta dónde son abordados los diferentes capitales que brindan sustentación al modelo de negocio. Al acceder a la página en que haya presentación de un capital, encontrará los símbolos correspondientes:



NATURAL



FINANCIERO



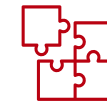
MANUFACTURADO



HUMANO



SOCIAL Y DE
RELACIONES



INTELLECTUAL

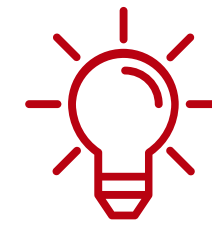
Obtenga más información sobre la directriz en el sitio web del [Reporte Integrado](#).

LECTURA RAPIDA

También puede efectuar una lectura rápida de los destacados de esta publicación haciendo clic en los nombres de los capítulos en el encabezamiento de las páginas y accediendo al resumen de cada sección.

INNOVACIÓN

Este ícono acompañará contenidos que hablan sobre iniciativas innovadoras en desarrollo para los próximos años.



PARA SABER MÁS

Enlaces a lo largo del contenido llevan al lector a documentos que detallan la información aquí presentada. La principal es:

ESTADOS FINANCIEROS: Resultados operativos y financieros;

FORMULARIO DE REFERENCIA: Estrategia, gobernanza y gestión de riesgos;

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD: Directrices estratégicas de sostenibilidad;

CÓDIGO DE CONDUCTA PARA COLABORADORES: Compromisos, valores y orientaciones de conducta en las relaciones de los colaboradores con todos los públicos de la Compañía; y

CÓDIGO DE CONDUCTA PARA PROVEEDORES: Compromisos, valores y orientaciones de conducta para los proveedores.

Las dudas sobre el presente informe o pedidos de información adicional pueden enviarse a la Gerencia de Sostenibilidad: relatorio@lojasrenner.com.br.

MENSAJE DE LA PRESIDENCIA

GRI 102-12, 102-14

El año 2018 fue marcado por la conclusión del Ciclo *Fast Retailer*, iniciado en 2012 para acelerar proyectos de infraestructura -donde invertimos en la capacitación de nuestros equipos de tienda, creamos el centro de servicios compartidos, dirigiendo todos los esfuerzos de la tienda a clientes y productos, desarrollamos nuevas estructuras para aumentar la comunicación entre las áreas de tiendas y productos y especializamos los negocios, además de la construcción de nuevos centros de distribución y el cambio en el modelo de abastecimiento- y por el avance de la estrategia de Moda Responsable, que viene conquistando bases cada vez más sólidas.

Con vistas al futuro, también iniciamos nuestra preparación para una nueva jornada, el Ciclo Digital, que nos guiará a lo largo de los próximos años.

En este contexto, apostamos en la evolución de nuestro *mindset* para hacer que la tecnología esté aún más presente en el día a día del negocio sirviendo como herramienta para una experiencia de compra cada vez más práctica, personalizada, multicanal y encantadora para nuestros clientes.

Nuestro compromiso pasa, además por la estrategia de sostenibilidad que, en 2018, conquistó destaque con el lanzamiento del Sello Re, que representa el compromiso de la Compañía de hacer que el tema esté presente en la vida de todos los públicos con los que se relaciona. En este sentido, iniciamos un proyecto piloto del uso de *Blockchain* para la rastreabilidad de productos en la cadena productiva y avanzamos en el monitoreo de proveedores de reventa internacionales. Así, uniendo *mindset* digital y moda responsable avanzamos en nuestro plan de expansión. En 2018, fueron 351 tiendas de Renner en Brasil y 7 en Uruguay, además de 108 de Camicado y 94 de Youcom. Realizamos la ampliación y la planificación del modelo de crecimiento de las operaciones de Realize, que cumplió su primer año como institución financiera. Ashua, nuestra marca de moda *curve* y *plus size*, abrió su primera tienda física y cerró el año con 3 tiendas.

En el año, creamos la Secretaría de Gobernanza Corporativa y revisamos el sistema de Gobernanza Corporativa, adoptando nuevas prácticas y mejorando las existentes. En noviembre, anunciamos el sucesor del Director Presidente, José Galló. A partir de abril de 2019, Fabio Faccio, actual Director de Producto, asumirá el cargo dándole continuidad a la historia de crecimiento, consistencia, innovación y transformación que marcaron nuestra trayectoria hasta aquí.

En 2018, también reafirmamos nuestro compromiso con el Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) y los Principios de Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres). Seguimos confiados en nuestra motivación para construir en el presente un futuro próspero y sostenible.

Les agradecemos a todos nuestros colaboradores, proveedores, clientes, accionistas y a nuestra comunidad, que creen en esta Compañía y refuerzan nuestro propósito de encantar a todos como nuestra mayor realización.



OSVALDO BURGOS SCHIRMER
Presidente del Consejo de Administración



JOSÉ GALLÓ
Director Presidente

DESTACADOS DE LA GENERACIÓN DE VALOR

GRI 102-7, 102-16

NUESTRA VISIÓN

Encantar a todos es nuestra realización.

NUESTROS VALORES

ENCANTAR

Superar las expectativas de los clientes...

NUESTRA FORMA

Hacer cosas de forma simple y ágil con mucha energía y pasión...

GENTE

Contratar, desarrollar y mantener a las mejores personas...

DUEÑOS DEL NEGOCIO

Pensar y actuar como dueños de nuestra unidad de negocio...

OBSTINACIÓN POR RESULTADOS EXCEPCIONALES

Buscar resultados y no sólo buenas ideas...

CALIDAD

Nuestros productos y servicios tienen el más alto nivel de calidad...

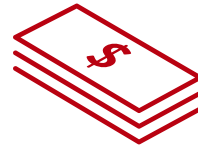
SOSTENIBILIDAD

Negocios y actitudes pautados por los principios de la sostenibilidad...

Conozca en nuestro [sitio web](#) la descripción completa de los valores empresariales y la misión de **Renner**, **Youcom**, **Camicado** y **Realize**.

PANORAMA DE LOS CAPITALES

NUESTRA ESTRUCTURA DE ACTUACIÓN EN EL AÑO



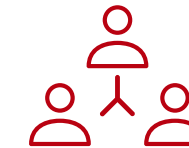
CAPITAL FINANCIERO

- **R\$ 8,4 mil millones** captados por medio de los ingresos por ventas de mercaderías y productos y servicios financieros
- Valor de mercado de las **720.024.498** acciones de **R\$ 30,5 mil millones**
- **R\$ 505,3 millones** de endeudamiento neto
- **R\$ 610,4 millones** de inversiones en tiendas, sistemas, instalaciones, logística, etc



CAPITAL MANUFACTURADO

- **556 tiendas** con **1.040.771,50 m²**
- **4 Centros de Distribución** con **120 mil m²**



CAPITAL HUMANO

- **22.334 colaboradores**



CAPITAL SOCIAL Y DE RELACIONES

- **2.099 empresas proveedoras**, de las cuales:
- **525 que fabrican** los productos vendidos en las tiendas y **1.574 de productos y servicios administrativos**
- *E-commerce* de Renner, Camicado, Youcom y Ashua

PARA NUESTROS COLABORADORES

- Generación de empleo y renta
- Capacitación y desarrollo de carrera
- Promoción de la diversidad

- R\$ 1,1 mil millones en remuneraciones a los colaboradores
- R\$ 152,9 millones en beneficios a los colaboradores
- Una de las mejores empresas para trabajar según Você S/A y Valor Carreira, Melhores para Começar a Carreira, Melhores e Maiores da Exame y la más Sostenible Minorista según la Guía Exame de Sostenibilidad
- Índice récord del 87% de participación de los colaboradores

- Generación de ingresos para sustentación de sus negocios
- Apoyo al desarrollo sostenible y eficiencia de sus operaciones
- Apoyo a la innovación en procesos y materiales para moda circular y responsable

PARA NUESTROS PROVEEDORES

- R\$ 4,6 mil millones en negocios contratados a los proveedores
- R\$ 739,1 millones de remuneración de capital de terceros (instituciones financieras y alquileres)
- 2.707 visitas técnicas de monitoreo en proveedores de reventas nacionales e internacionales
- 10 proveedores participantes en el proyecto Producción Más Limpia con mejor aprovechamiento de materia prima y reducción de 47 toneladas de sobras de tejido
- Mejora de 10 p.p. en el Índice de Desempeño Global de Proveedores (IDGF)
- Generación de 112 mil empleos directos en la cadena de valor en Brasil

PARA NUESTROS CLIENTES

- Apoyo a la oferta de crédito para nuestros clientes
- Oferta de productos de moda y casa en todo Brasil
- Oferta creciente de productos más sostenibles
- Ganancias continuas de ecoeficiencia en nuestras tiendas
- Sensibilización para consumo y uso sostenible
- Evolución tecnológica para ganancia de eficiencia y experiencia de compra cada vez mejor y multicanales

- Tarjeta Renner sin anualidad, 30 días para comenzar a pagar y pago financiado hasta cinco cuotas sin interés.
- 95% de clientes satisfechos y muy satisfechos en el Encantómetro
- Lanzamiento del Sello Re Moda Responsable y colecciones de productos menos impactantes
 - Más de 12 millones de piezas menos impactantes
 - 9,3 millones de piezas con algodón certificado
- Facilidad de renegociación de cuotas en mora
- Alta seguridad en las transacciones financieras y protección de datos de los clientes

NUESTRO MODELO DE GENERACIÓN DE VALOR

Cómo actuamos
 Valor generado

- Distribución de ganancias
- Gestión para generación de valor a largo plazo

PARA NUESTROS ACCIONISTAS

- R\$ 408,1 millones en dividendos e intereses sobre el capital propio distribuido a los accionistas
- Valorización del 20,9% de las acciones
- Inclusión por 5º año consecutivo en el Índice de Sostenibilidad Empresarial (ISE) de B3 y en el Dow Jones Sustainability Index (DJSI)
- Cotización en el Índice Carbono Eficiente de B3

PARA LA SOCIEDAD

- Contribución a la economía pagando impuestos, tasas y contribuciones
- Inversión en proyectos sociales
- Generación de empleos y renta directos e indirectos (cadena de valor)
- Compromiso para con el desarrollo de la Moda Responsable

- R\$ 2,4 mil millones en impuestos y tasas a ser revertidos por los gobiernos para desarrollo de Brasil
- R\$ 8,7 millones en Inversión Social Privada
- Más de 11 mil personas beneficiadas por los proyectos del Instituto Tiendas Renner
- Neutralización del 100% de las emisiones de los gases de efecto invernadero de 2017
- Ganancia del 3,25% en eficiencia energética de las tiendas
- Desarrollo de proyectos de generación de energía solar
- Concurso cultural REINVENTE de innovación para sostenibilidad en la moda
- Selección de startups para desarrollo de pilotos para una operación más sostenible



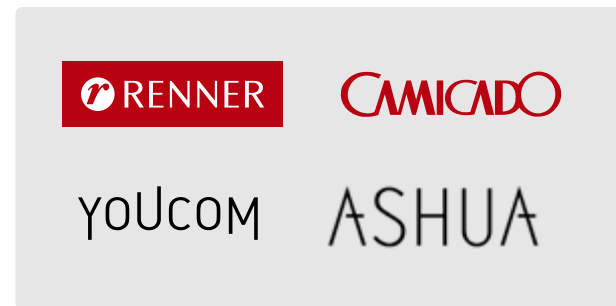
PANORAMA

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

Lojas Renner S.A. es al minorista de moda más grande de Brasil. Con sede en Porto Alegre (Rio Grande do Sul), 53 años de historia y 51 años de capital abierto, la Compañía está presente en todas las regiones de Brasil -por medio de sus tiendas de Renner, Camicado, Youcom y Ashua y de la operación de Realize- y en Uruguay por medio de tiendas de Renner.

SEGMENTOS DE NEGOCIO

MINORISTA



PRODUCTOS FINANCIEROS



22.334
COLABORADORES

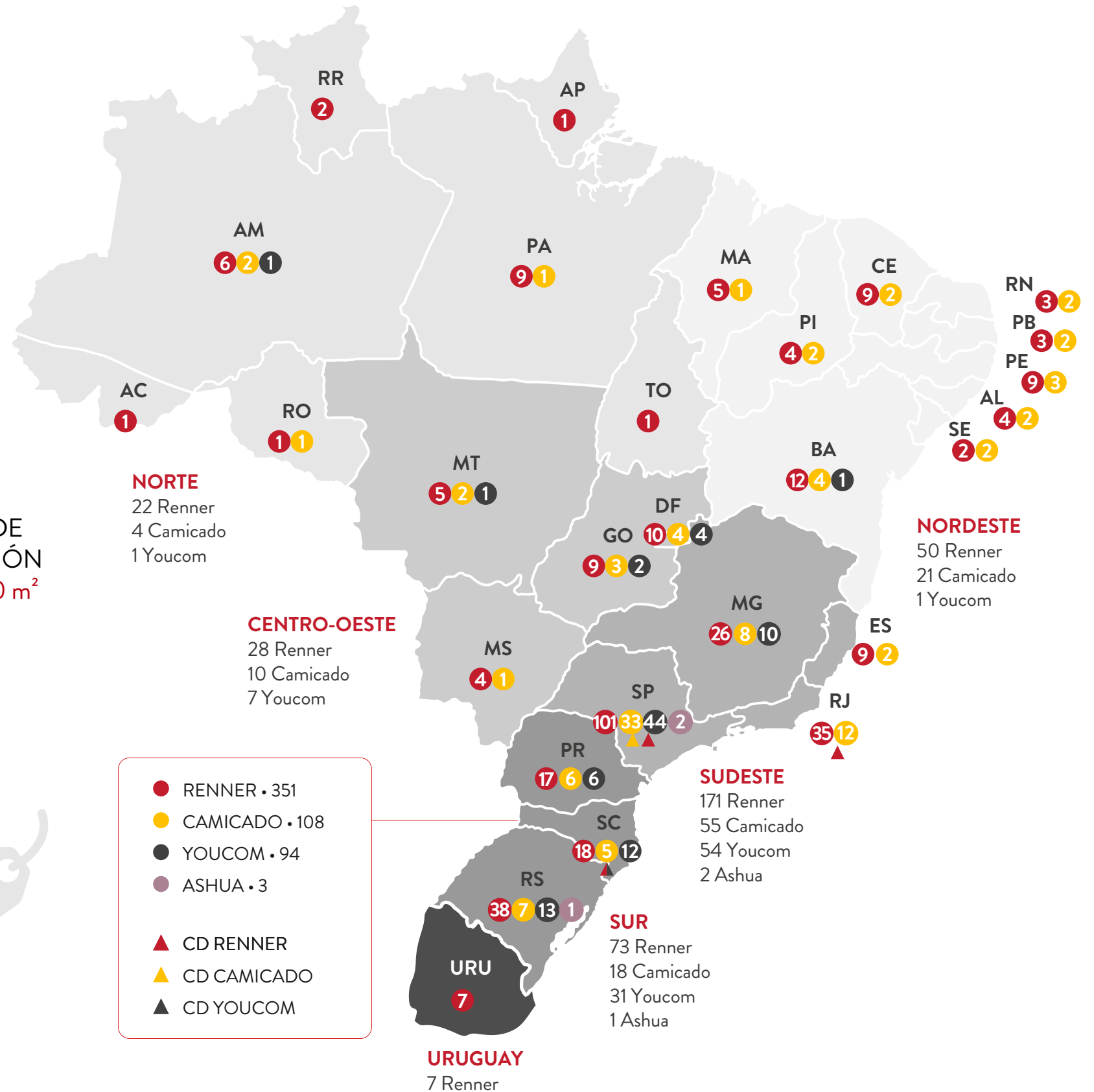
2.099
PROVEEDORES

 **4** CENTROS DE DISTRIBUCIÓN
com 120.000 m²

30,6 MILLONES
DE CLIENTES CON
TARJETA RENNER
Y MI TARJETA

556
TIENDAS

R\$2,8 MIL MILLONES
DE CARTERA
DE CRÉDITO



SEGMENTOS DE NEGOCIO

MINORISTA



Red de tiendas de moda con **20** marcas propias, Renner actúa en **344** tiendas en todos los estados de Brasil, **7** tiendas en Uruguay y en su tienda *online*.

VESTIMENTA

8 MARCAS QUE COMPONEN 5 *LIFESTYLES*

Neotradicional

Glamour



Joven

Sensual

Contemporáneo



OTROS

(playa, infantil, lingerie, deportivo, accesorios, *curve* y *plus size*, perfumería y calzados)

12 MARCAS



Para saber más, visite el [sitio web institucional](#) y el [e-commerce de Renner](#).

SEGMENTOS DE NEGOCIO

MINORISTA

CAMICADO

Red de tiendas especializada en casa y decoración presente en **23** estados de todas las regiones de Brasil y con **108** tiendas, además del *e-commerce*.

Para saber más, visite el [sitio web institucional](#) y el *e-commerce* de **Camicado**.

YOUCOM

Marca joven de vestimenta y accesorios, ofrece ropa, calzado y accesorios femeninos y masculinos y cuenta con **94** tiendas en las regiones Sur, Sudeste y Centro-Oeste de Brasil, además de *e-commerce*.

Para saber más, visite el [sitio web institucional](#) y el *e-commerce* de **Youcom**.

ASHUA

Marca lanzada en 2016 en el *e-commerce* dirigida a la moda *curve* y *plus size*, en 2018 inició la operación de tiendas físicas, que ya suman **3** unidades.

Para saber más, visite el *e-commerce* de **Ashua**.

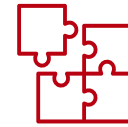
PRODUCTOS FINANCIEROS

realize

Los productos financieros ofrecidos por la Compañía son herramientas importantes de apoyo a la operación minorista por medio de la oferta de crédito y conveniencia. Contamos con la estructura de Realize CFI, nuestra institución financiera, y por medio de la Tarjeta Renner, Mi Tarjeta, Extracción Rápida y Seguros y Asistencias actuamos en la fidelización y conveniencia del cliente.

Para saber más, visite el [sitio web de Realize](#).

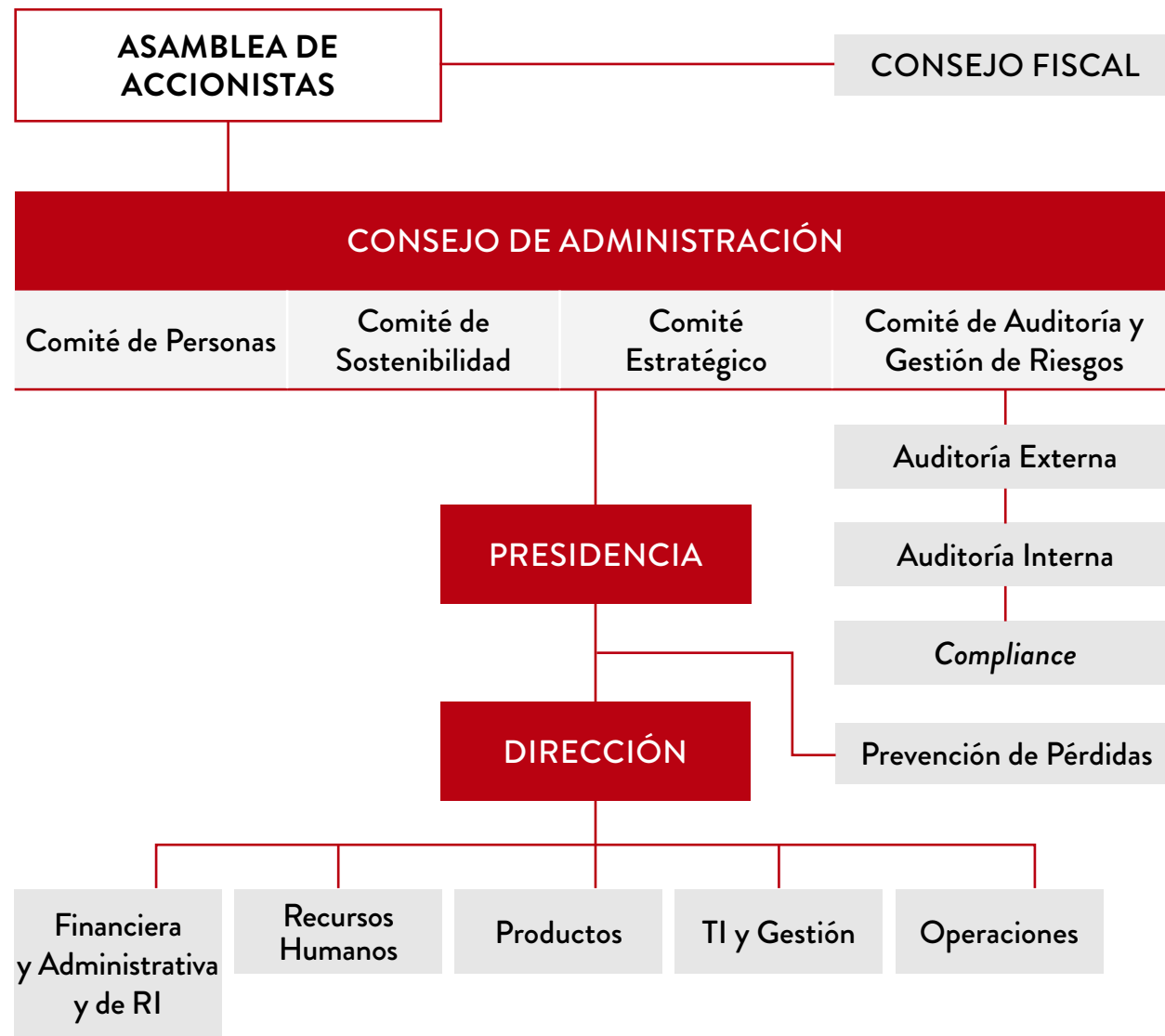
GOBERNANZA



GRI 102-18

ESCENARIO

ESTRUCTURA DE LA ADMINISTRACIÓN



DIFERENCIALES DE LA ESTRUCTURA DE GOBERNANZA

- Consejo de Administración con **88%** de miembros independientes (7 de 8) y **25%** de miembros mujeres (2 de 8)
- Consejo Fiscal Permanente
- Estructura multidisciplinaria de gestión de riesgos vinculada al Consejo de Administración y con definición precisa de responsabilidades apoyada por políticas institucionales
- Estructura robusta de asesoramiento del Consejo: Comités especializados, secretaría para Consejo y Comités y portal del Consejo
- Interés de la administración alineado con el de los accionistas por medio de un plan de opción de compra de acciones y de acciones restringidas y participación en los resultados
- Diferentes Ejecutivos como Presidentes del Consejo y de la Dirección
- Consejo de Administración y Dirección con evaluación periódica de desempeño formal

EVOLUCIÓN EN 2018

- Divulgamos el **Informe sobre el Código Brasileño de Gobernanza Corporativa**, en el que presentamos información sobre las 54 prácticas listadas, cuales aplicamos y, para las que no aplicamos, el porqué. Fuimos la primera empresa en entregar el Informe a la **CVM** y tenemos sólo dos prácticas que no son adoptadas.
- Revisamos y mejoramos nuestro sistema de **Gobernanza** con actualizaciones en el **Estatuto Social**, en los **Reglamentos Internos** y en las **políticas corporativas**.
- Nuevo modelo de elección de los miembros del **Consejo de Administración** individualmente, no más por lista.
- Creamos la **Secretaría de Gobernanza Corporativa** para apoyar el funcionamiento de gobernanza, la atención y las relaciones con accionistas y agencias de voto y para proponer e implementar procesos que promuevan siempre las mejores prácticas.
- En noviembre, la Compañía informó que el Consejo de Administración — después de oír al Comité de Personas y al Director Presidente — aprobó el **inicio del proceso de transición en su Dirección** eligiendo al **Sr. Fabio Adegas Faccio**, actual Director de Producto, como sucesor del Director Presidente, el **Sr. José Galló**, a partir del 18 de abril de 2019. La transición es respaldada por nuestro programa estructurado de sucesión, que contempla la identificación y el desarrollo de potenciales sucesores para todos los cargos.

Conozca información detallada sobre la estructura de gobernanza y los líderes en la página **Administración**, o en el **Formulario de Referencia** y las políticas, códigos y reglamentos que rigen el negocio en la página **Estatutos y Políticas** de nuestro sitio web de **Relaciones con Inversionistas**.

PERFIL EN EL MERCADO DE CAPITALES

El éxito y la perpetuación de nuestra Compañía siempre estuvieron directamente relacionados con nuestro compromiso invariable con la buena gobernanza y la transparencia, que guía nuestra historia de pionerismo: abrimos capital con sólo dos años de fundación, fuimos la primera corporación brasileña -con el 100% de las acciones negociadas en bolsa y sin presencia de un accionista controlador-, cotizamos listados en el Novo Mercado, grado más elevado de los niveles de gobernanza corporativa de B3, y fuimos la primera empresa brasileña en poner a disposición un Manual para Participación de Accionistas en Asambleas.

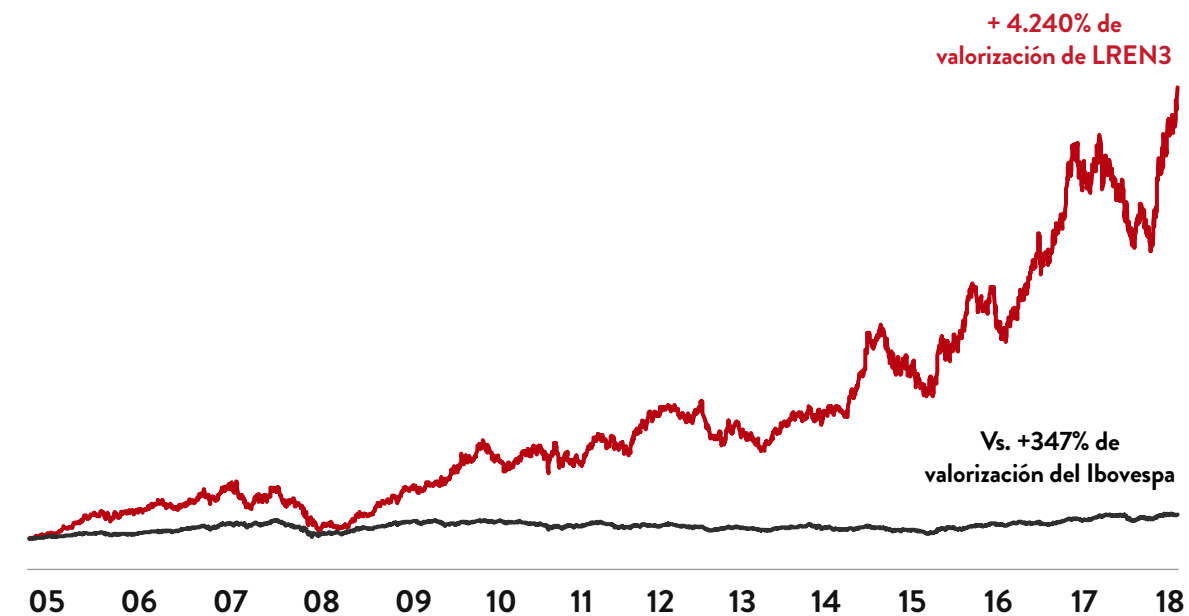
ESCENARIO EN 2018

- **720.024.498** acciones ordinarias
- **100% de las acciones negociadas en B3** con el código LREN3 cotizadas en el Novo Mercado
- Remuneración total distribuida a los accionistas de **R\$ 408,1*** millones:
- **R\$ 225,7** millones de Intereses sobre el Capital Propio y **R\$ 182,4** millones* de dividendos
- *Dividend yield* del **1,3%** (considerado el precio de la acción al 28/12/2018) y *payout* del **40%**.

*Dependiendo de la aprobación del valor de dividendos, que se dará en la Asamblea General Ordinaria de abril de 2019.

Conozca la composición accionaria detallada en: <https://bit.ly/2zikJaD>

VALORIZACIÓN ACUMULADA DE LAS ACCIONES LREN3 (2005 – 2018)



- **R\$ 30,5 mil millones de valor de mercado** con acciones cotizadas a **R\$ 42,40** al cierre del año, valorización del **20,9%** en las acciones en 2018
- En total, fueron **3,2 millones de negocios** y **869,0 millones de acciones** movidas, un volumen medio diario negociado de **R\$ 118,3 millones**

PROCESO DE REMUNERACIÓN DE LOS ADMINISTRADORES

GRI 102-28

Contamos con un sistema de remuneración del alto liderazgo orientado a promover la creación de valor sostenible y a largo plazo, con base en las mejores prácticas de mercado, en la visión, misión y valores de la Compañía y en metas económicas, sociales y ambientales vinculadas a la estrategia de negocio.

El proceso es respaldado por evaluaciones formales del Consejo y la Dirección, que fundamentan la remuneración variable y plan de opción de compra de acciones y de acciones restringidas de la Dirección.



1 APROBACIÓN DEL VALOR POR PARTE DE LOS ACCIONISTAS

Los accionistas aprueban el valor destinado a la remuneración global anual de los miembros del Consejo de Administración y de la Dirección.

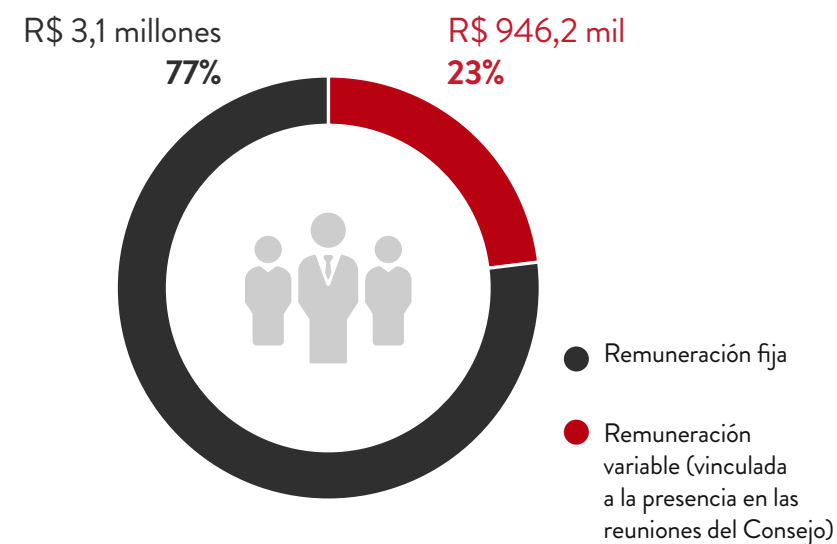


2 DISTRIBUCIÓN ENTRE LOS MIEMBROS POR PARTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

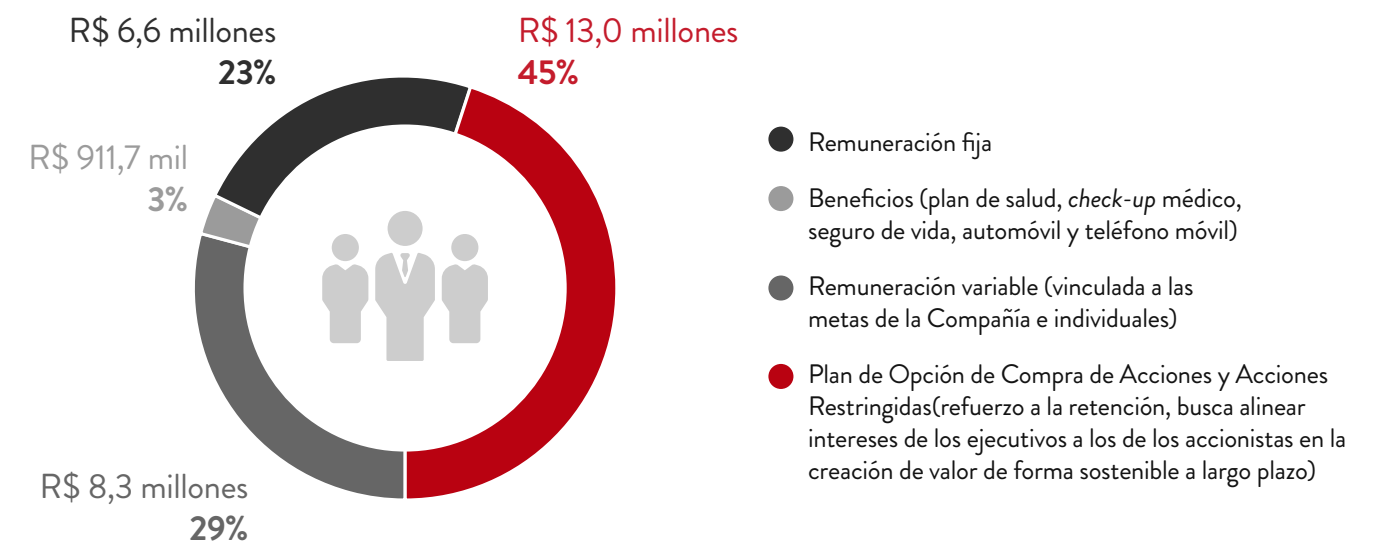
Distribuye el valor aprobado en Asamblea a los Directores y Consejeros después de dictamen del Comité de Personas que considera el desempeño individual de los directores, encuestas de mercado y aspectos como retención, habilidades, experiencia y potencial.

3 TOTALES EN 2018

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN



DIRECCIÓN EJECUTIVA



Conozca información detallada sobre nuestra política de remuneración en el apartado 13 del **Formulario de Referencia** y sobre la composición y cumplimiento del límite de distribución en 2018 en la nota explicativa 26.2.2 de los **Estados Financieros**.

GESTIÓN DE RIESGOS




GRI 102-15

Nos adherimos a las mejores prácticas nacionales e internacionales para gestión eficiente de los riesgos del negocio, reforzando así nuestra cultura de ética, transparencia y gobernanza responsable. Este proceso se da por medio de una estructura robusta de gestión, que identifica continuamente los factores que puedan impactar en nuestra sustentación y la creación de planes preventivos para minimizar o eliminar potenciales impactos negativos o, inclusive, transformar los riesgos en oportunidades.

RIESGOS ECONÓMICO-FINANCIEROS Y OPERATIVOS

El Comité de Auditoría y de Gestión de Riesgos, estructura multidisciplinaria de gobernanza vinculada al Consejo de Administración, es el órgano responsable de la identificación y gestión de esos riesgos y cuenta con la definición precisa de responsabilidades y el apoyo de políticas institucionales para mitigar riesgos e impactos económico-financieros y operativos del negocio.

Conozca en el infográfico a continuación las principales categorías de riesgos con ejemplos que apoyan su entendimiento y los documentos donde es posible tener una visión muy detallada y profundizada sobre cada riesgo específico identificado y administrado.

PRINCIPALES RIESGOS DE ESCENARIO ECONÓMICO FINANCIERO Y OPERATIVO	EJEMPLOS DE SITUACIONES EN QUE OCURREN ESTOS RIESGOS	FORMAS DE GESTIÓN Y PROTECCIÓN Conozca en detalle las formas de gestión de los riesgos y el <u>Formulario de Referencia (FR)</u> y <u>Estados Financieros (DF)</u>
Riesgos del mercado y factores externos que pueden impactar en el negocio	<ul style="list-style-type: none"> Variaciones en el cambio Variaciones en la tasa de intereses de sus inversiones y financiaciones 	 Apartado 5.2. del FR Nota explicativa 6 de los DF
Escenarios y circunstancias actuales y futuras que pueden exponer la compañía a riesgos en la relación con sus públicos	<ul style="list-style-type: none"> Fallas en la operación o en procesos y sistemas que generen pérdida en la reputación, pérdidas de clientes e ingresos Problemas en las tomas de decisiones estratégicas que pueden generar pérdida de valor económico 	 Apartado 5.1 del FR
Factores que pueden generar resultados e impactos negativos en el desempeño de nuestra operación y en la ejecución de nuestra estrategia	<ul style="list-style-type: none"> Dificultades en la inauguración, operación de nuevas tiendas o en el desempeño de tiendas existentes Cambios en las tendencias de la moda y preferencias del consumidor Fallas en la operación del Data Center o de los Centros de Distribución Vínculo a procedimientos irregulares practicados por aliados comerciales Sanciones legales resultantes de la falta de gestión de nuestros residuos generados por las operaciones de tiendas 	 Apartado 4 del FR

POLÍTICAS DE GESTIÓN PARA CONTROL DE LOS RIESGOS

- Política de Gestión Financiera
- Política de *Disclosure*
- Política de Divulgación de Hechos Relevantes y de Negociación de Valores Mobiliarios
- Política de Partes Relacionadas
- Política de Seguridad de la Información
- Política de Auditoría
- Política Anticorrupción
- Política de *Compliance*
- Política de Gobernanza, Riesgos y Conformidad
- Política de Destino de Resultados
- Política de Nominación y de Remuneración de los Administradores
- Política de Atención y CRM
- Código de Conducta para Colaboradores
- Código de Conducta para Proveedores

RIESGOS SOCIO-AMBIENTALES

GRI 102-13, 102-15, 103-2, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 411-1, 413-2, 414-1, 414-2



Con base en los temas prioritarios para la sostenibilidad del negocio hasta 2021, definidos en nuestro plan estratégico de Moda Responsable (obtenga más información en la **página 29**), el Comité de Sostenibilidad y el equipo de sostenibilidad actúan en la identificación continua de los riesgos socio-ambientales relevantes de nuestra cadena de valor.

El ciclo de vida de los productos de moda involucra a una red compuesta por diferentes actores -desde la generación de la materia prima, pasando por la fabricación del tejido, la manufactura del producto hasta su venta al usuario final y el impacto en el uso y descarte posconsumo- con diferentes potenciales de impactos socio-ambientales negativos. La gestión de dichos impactos se convierte en un desafío aún mayor frente a la necesidad del sector en los últimos años de aliar la creciente demanda de agilidad, eficiencia y control de gastos al desarrollo sostenible, responsable y generador de valor en toda la cadena.

Conozca a continuación los principales impactos socio-ambientales del sector y cómo buscamos mitigarlos -en nuestra operación y fuera de ella- y promover estructuras, procesos y relaciones cada vez más sostenibles.

ESCENARIO GLOBAL DEL SECTOR*	FACTOR DE IMPACTO DEL SECTOR	ETAPA DEL CICLO DE VIDA QUE GENERA EL IMPACTO SIGNIFICATIVO	ESTRATEGIA DE MITIGACIÓN DE LA COMPAÑÍA
INTENSO CONSUMO DE MATERIA PRIMA: 25 millones de toneladas de algodón por año, 6º mayor cultivo en extensión de tierras	USO DE PESTICIDAS: en el cultivo de algodón, degrada suelo y capa freática y afecta la salud y la seguridad de los trabajadores		Uso de materias primas menos impactantes (pág. 46)
ALTA DEMANDA DE PRODUCCIÓN: sector produce en el mundo 80 mil millones de piezas por año (sin contar pequeños minoristas y mercado informal), aumento del 400% en los últimos 20 años. En Estados Unidos, el descarte de ropas es responsable del 4% de los residuos sólidos urbanos, con una media de 18 kg por habitante**	USO DE PRODUCTOS QUÍMICOS: en el procesamiento de materias primas (producción de los tejidos) y en la reforma del proceso productivo (tintorería, estampería, lavandería, etc.), pueden contaminar cuerpos de agua donde se descartan y afectar la salud de los trabajadores y de los consumidores		Gestión de químicos en auditorías en los proveedores de reventa (pág. 36)
	CONSUMO INTENSO DE ENERGÍA: en el procesamiento de materia prima, en la logística minorista y en la operación de tienda y, consecuentemente la generación de emisiones de gases de efecto invernadero, además del consumo a lo largo de la vida útil del producto, en su uso por parte de los consumidores	CONSUMO INTENSO DE AGUA: en el procesamiento de materia prima y a lo largo de la vida útil del producto, en su uso por parte de los consumidores	  
	CONSUMO INTENSO DE AGUA: en el procesamiento de materia prima y a lo largo de la vida útil del producto, en su uso por parte de los consumidores	 	Gestión para ecoeficiencia en construcciones, reformas y operación de tiendas (pág. 39)
	GENERACIÓN INTENSA DE RESIDUOS: en las confecciones, en los procesos de construcción y reforma de tiendas y al fin del ciclo de vida, en el descarte de las piezas por parte de los consumidores	  	Diagnóstico ambiental de proveedores de reventa (pág. 36)
	GENERACIÓN INTENSA DE RESIDUOS: en las confecciones, en los procesos de construcción y reforma de tiendas y al fin del ciclo de vida, en el descarte de las piezas por parte de los consumidores	  	Proyectos de cierre del ciclo de vida del producto (pág. 48)
SECTOR INTENSO EN MANO DE OBRA: es el 3er mayor sector industrial del mundo, con aproximadamente 60 millones de trabajadores	PRECARIZACIÓN DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO: en los cultivos, en el procesamiento de materia prima y confecciones, que pueden generar impacto negativo en responsabilidad social	  	Gestión de la conformidad, la calidad y el desarrollo de proveedores de reventa (pág. 35)

POLÍTICAS DE GESTIÓN PARA CONTROL DE LOS RIESGOS

- Política de Sostenibilidad
- Código de Conducta para Colaboradores
- Política de Relaciones con Proveedores de Reventa
- Código de Conducta para Proveedores

LEYENDA

- ETAPA INTERNA DEL NEGOCIO DE LOJAS RENNER S.A.



- ETAPAS EXTERNAS DEL NEGOCIO



* Datos de la documental *The True Cost*, dirigida por Andrew Morgan en 2015

** Datos de la Oficina de Residuos Sólidos de la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos

Participamos activamente en el liderazgo de organizaciones para el desarrollo del sector. Somos miembros del Comité de Sostenibilidad y del Comité de Personas del Instituto para Desarrollo del Comercio Minorista (IDV), miembros de la Better Cotton Initiative (BCI) -iniciativa mundial para algodón certificado producido de forma menos impactante-, asociados al Instituto Ethos, miembros del Comité Técnico de Relaciones Sindicales y del Trabajo de la Federación de Comercio de Bienes y de Servicios del Estado de Rio Grande do Sul (Fecomercio-RS) y participamos en reuniones de la Dirección Ejecutiva y de grupos de trabajo con focos específicos de la Asociación Brasileña Del Comercio Minorista Textil (ABVTEX), como el Comité Jurídico, GT Proveedores y GT Calidad y Sostenibilidad.

RESULTADOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

ESCENARIO

MACROECONÓMICO

R\$ 6,8 billones PIB Brasil
3,75% Inflación IPCA
6,50% Tasa de Interés SELIC

+ 1,3%*
+ 0,76 p.p.*
- 0,5 p.p.

32,4% del PIB proveniente de la recaudación de impuestos en 2017 (último dato disponible):

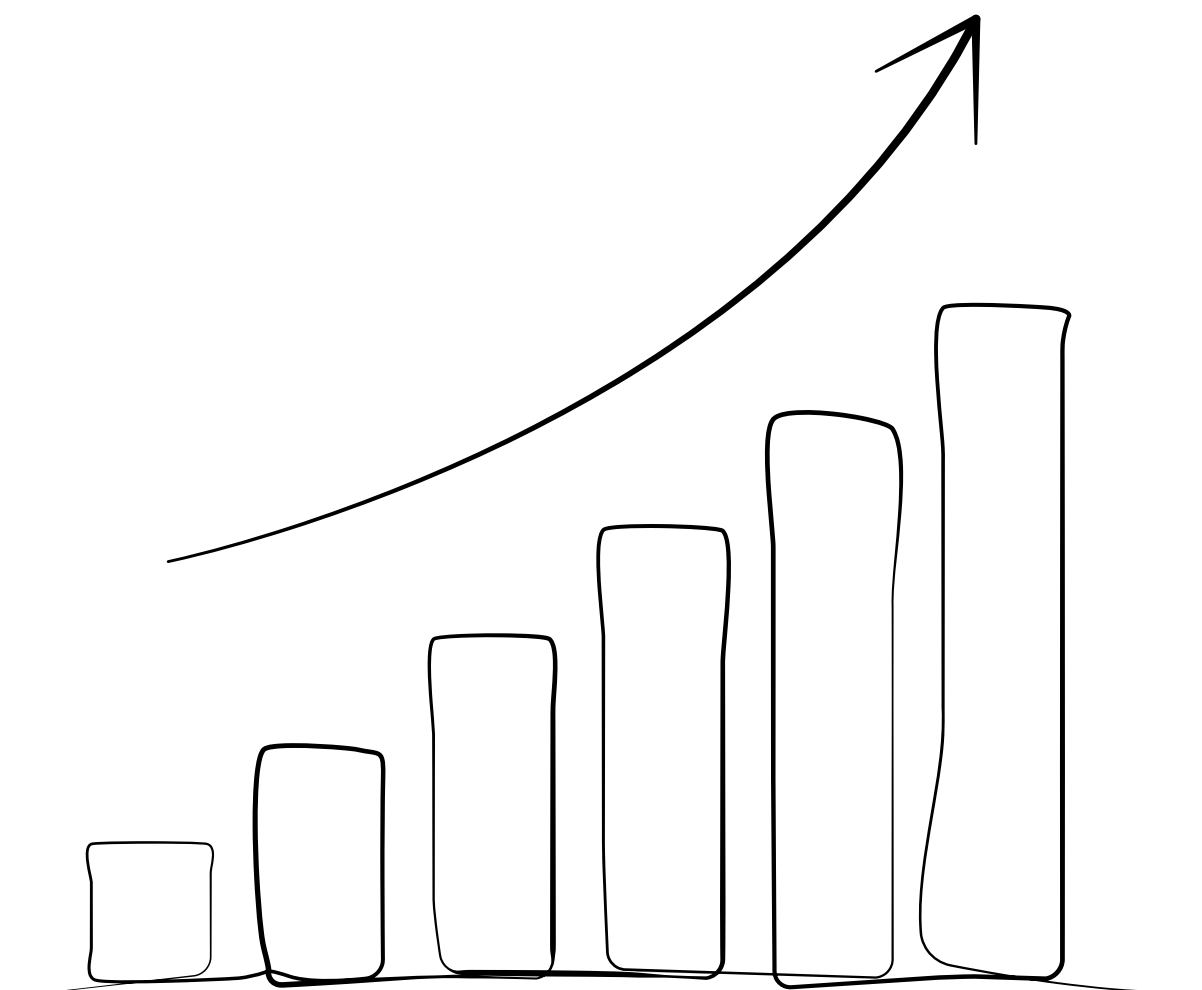
R\$ 1,4 billones federales (68,4%)
R\$ 547,1 mil millones estatales (25,4%)
R\$ 133,2 mil millones municipales (6,18%)

LOJAS RENNER S.A.

Ingresos Netos por Venta de Mercaderías · R\$ 7.485,4 millones	+ 13,4% + 7,4% ventas en mismas tiendas
EBITDA Ajustado Minorista · R\$ 1.423,9 millones	+ 24,4%
EBITDA Ajustado de Productos Financieros · R\$ 349,4 millones	+ 5,4%
EBITDA Ajustado Total · R\$ 1.773,3 millones	+ 20,2%
Margen EBITDA Ajustado · Total 23,7%	+ 1,3 p.p.
Endeudamiento Neto · R\$ 505,3 millones	- 23,4%
Ganancia Neta · R\$ 1 mil millones	+ 39,2%

45,5% del valor agregado generado en el año revertido a la sociedad, totalizando R\$ 2,4 mil millones, en forma de impuestos:

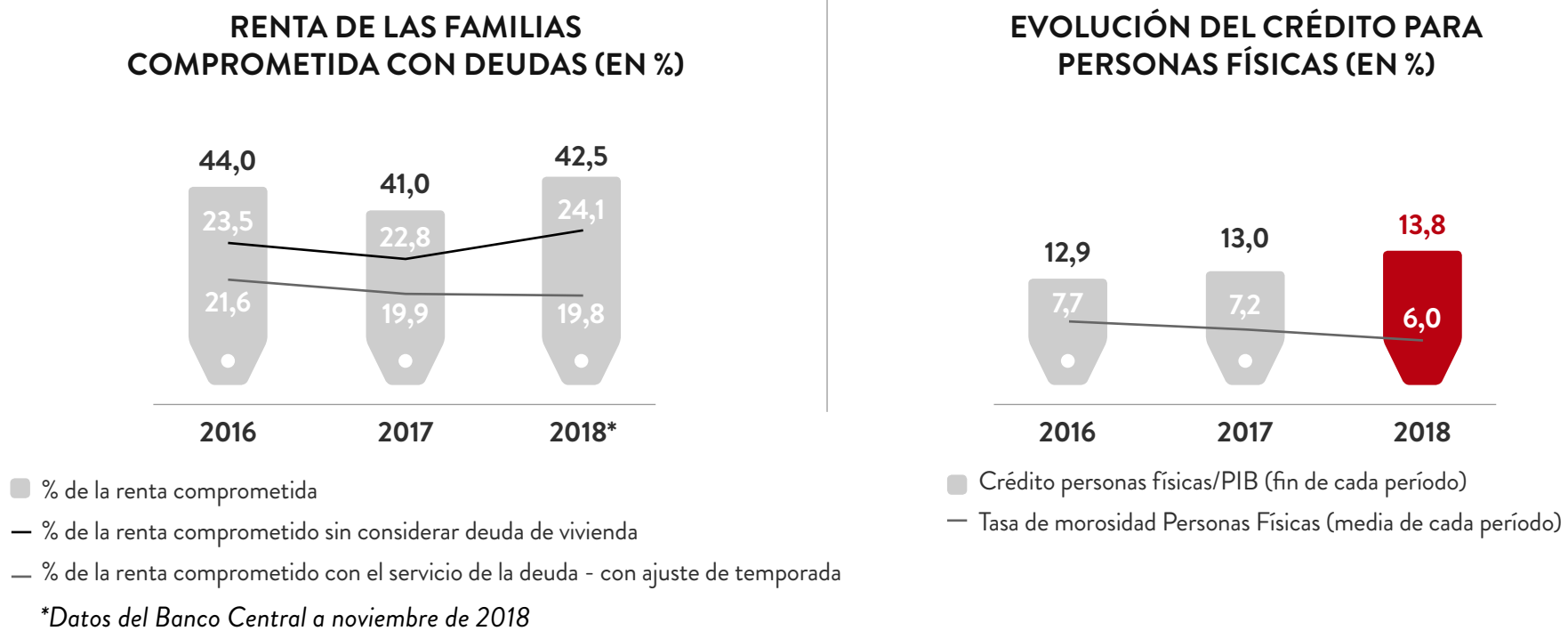
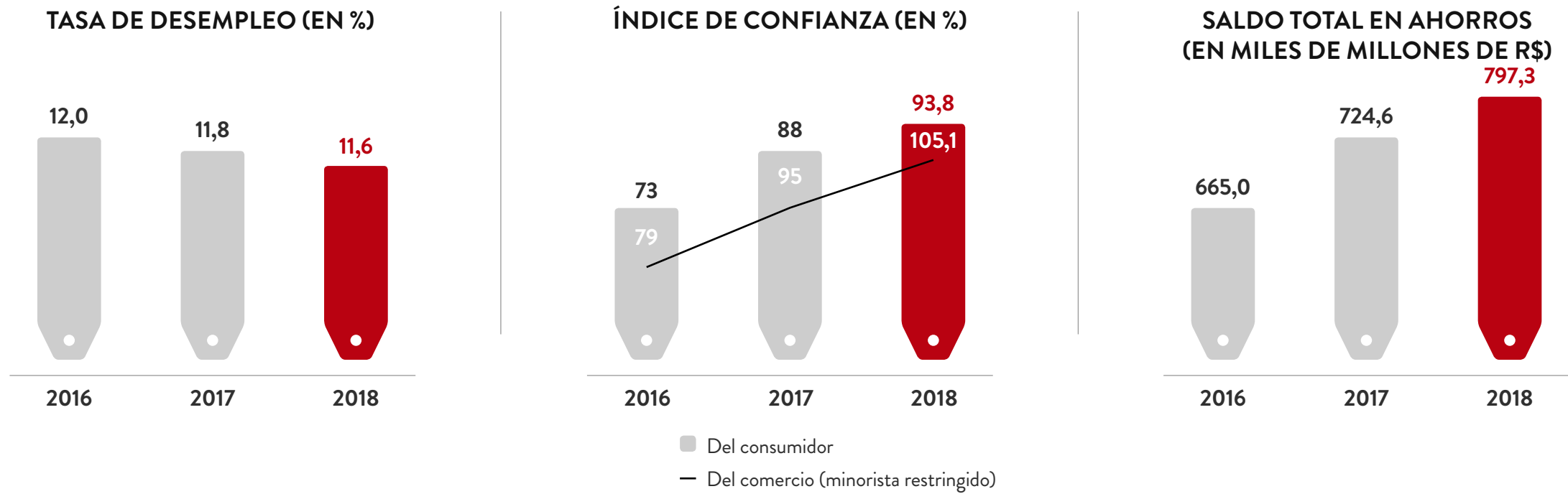
R\$ 940,4 millones federales (39,5%)
R\$ 1,4 mil millones estatales (57,9%)
R\$ 62,6 millones municipales (2,6%)



Conozca nuestros resultados detallados en el **Estado de Resultado** y los comentarios de la **Administración** sobre el desempeño del año en el **Informe de Administración**, ambos son parte de nuestro **Balance Anual**.

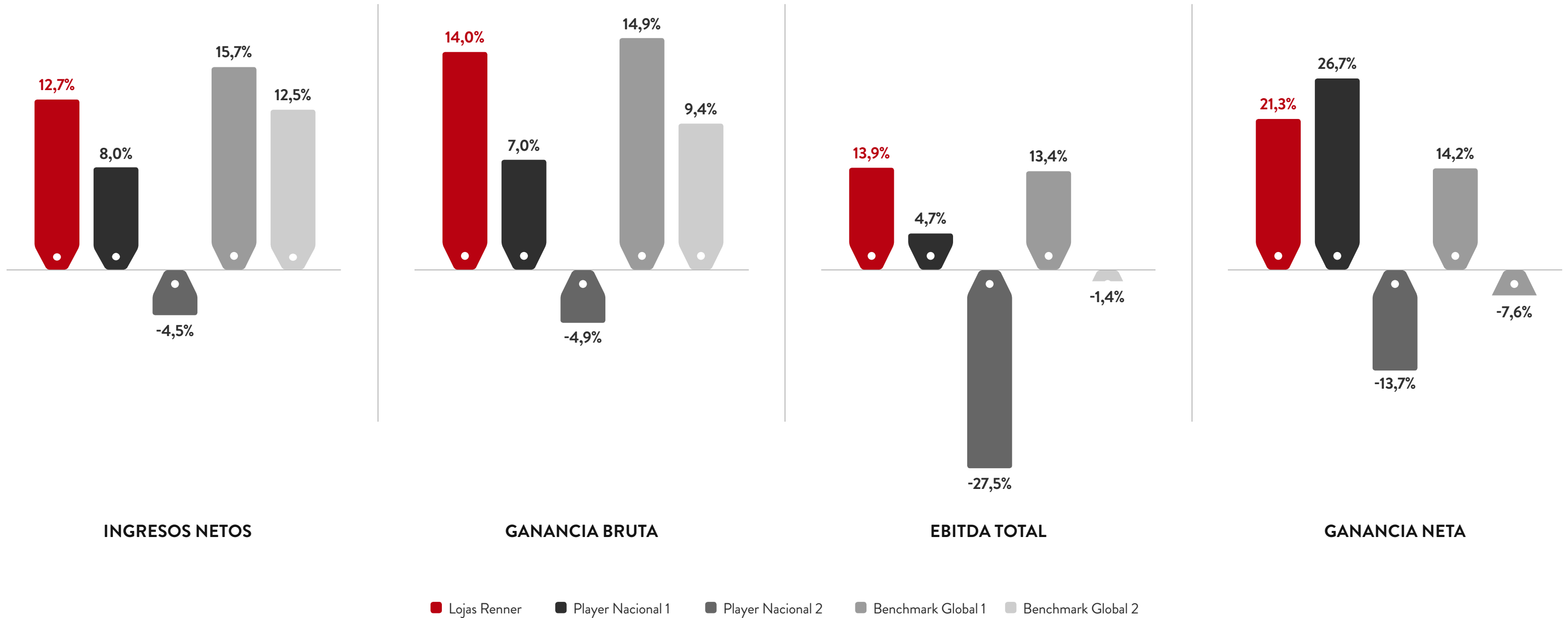
*Estimativas del Informe Focus del Banco Central a enero de 2019.

INDICADORES RELACIONADOS CON EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN 2018



Fuente:
Banco Central, IBGE y presentación
institucional de Lojas Renner S.A.

CRECIMIENTO MEDIO LOJAS RENNER S.A. VS. PARES (2014-2018)



Fuente:
Informes de Resultados de las Compañías.

ESTRATEGIA

ESCUENARIO

PLAN DE EXPANSIÓN HASTA 2021

450 RENNEN

300 YOUCOM*

125 CAMICADO



Inicio del 5º ciclo de desarrollo con foco en la transformación digital para atender a las nuevas formas de consumo y seguir encantando al cliente con eficiencia y multicanalidad

*Potencial estimado.

EVOLUCIÓN EN 2018

EXPANSIÓN CONTINUA

44 NUEVAS TIENDAS

21  10  10 YOUCOM 3 ASHUA

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

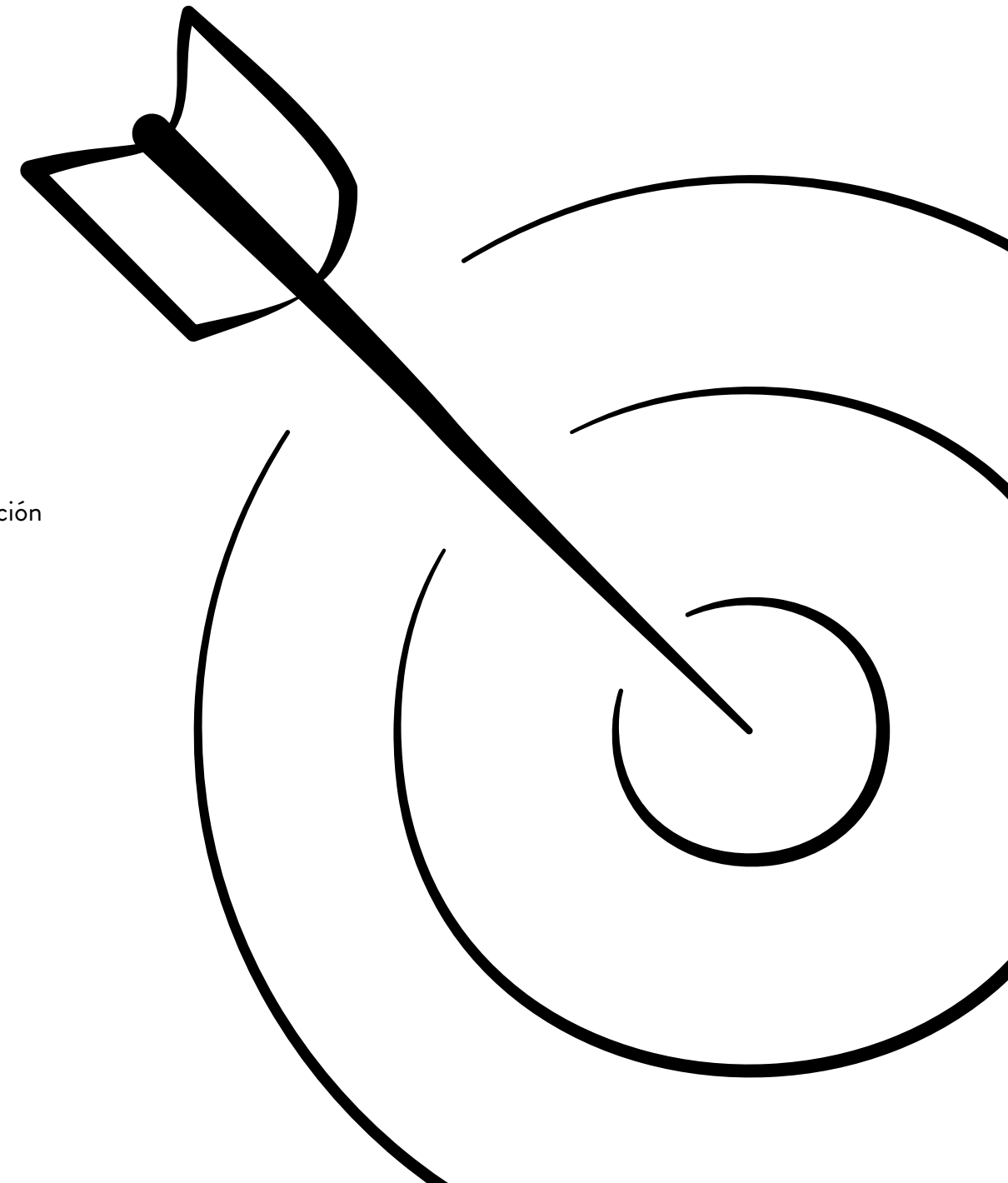
- Mejora de la experiencia del cliente por medio de la tecnología: proyectos y soluciones multicanalidad para estar presentes con calidad, eficiencia y conveniencia en todos los canales e la venta posventa (pág. 25)
- Desarrollo de soluciones de *Big Data* y *Business Intelligence* para darles eficiencia a la definición de colecciones, reactividad a los proveedores y a la logística y distribución (pág. 27)

EVOLUCIÓN LOGÍSTICA

- Reducción del tiempo de entrega de los productos para tiendas
- Expansión del CD de Rio de Janeiro y revisión de su *layout* para garantizar una mayor productividad y agilidad en la atención

DIRECTRICES ESTRATÉGICAS DE SOSTENIBILIDAD

- Conclusión de la primera mitad del ciclo de moda responsable 2016-2021 y lanzamiento del sello Re Moda Responsable
- Definición de la planificación estratégica de sostenibilidad de Camicado



TRANSFORMACIÓN DIGITAL

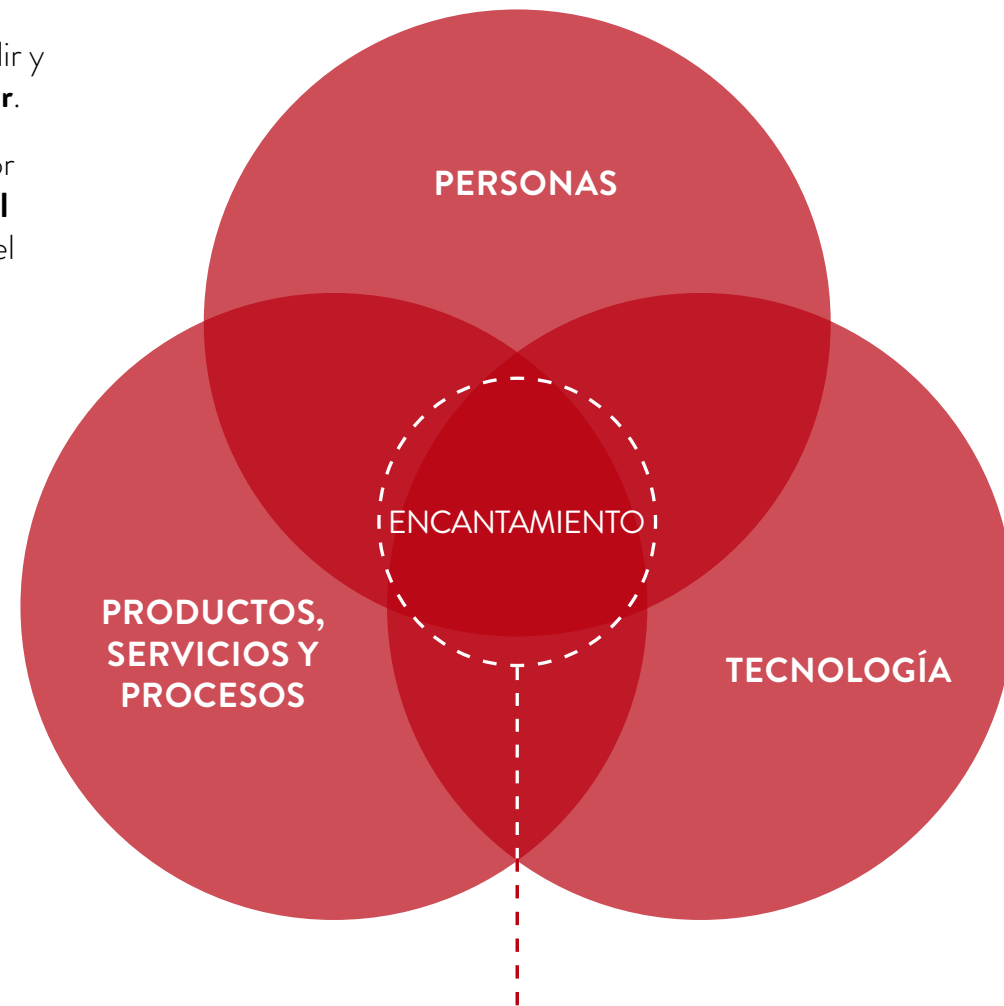
Los últimos años, hemos trabajado intensamente en la revisión y modernización tecnológica de nuestra operación, dándole más eficiencia al negocio y preparándonos para los desafíos futuros de un mundo cada vez más digital y conectado. Con estas bases listas, el año 2018 fue marcado por la preparación para un nuevo ciclo, enfocado en la transformación digital a partir de la adopción de nuevas tecnologías y en la formación de una cultura y ambiente de trabajo con mayor innovación, experimentación y agilidad.

¿QUÉ ES SER DIGITAL PARA RENNER?

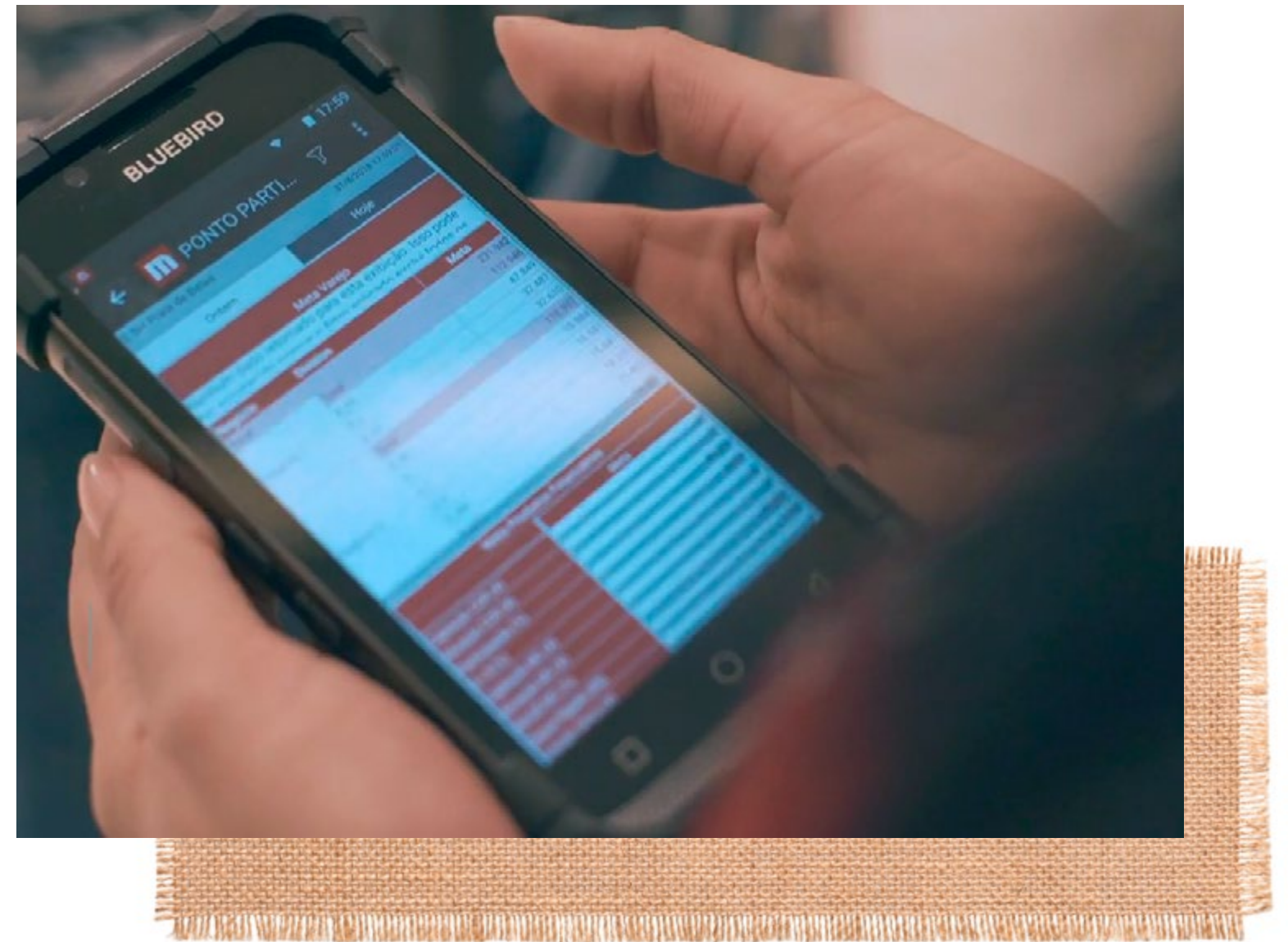
Ser digital es mucho más sobre **personas** que sobre tecnología.

Es absorber tecnología para cumplir y reforzar nuestra **propuesta de valor**.

Usar la tecnología como habilitador para transformar la **experiencia del cliente**, los procesos operativos y el modelo de negocio, trayendo **más ingresos y eficiencia operativa**.



“ENCANTAR ES NUESTRA REALIZACIÓN”



CULTURA DE INNOVACIÓN

Fundamental para tratar los cambios necesarios en nuestra trayectoria de transformación digital es la construcción y diseminación de una cultura de innovación. Para eso, creamos diferentes herramientas para que la innovación esté cada vez más intrínsecamente presente en el día a día de todos, estimulando la creatividad, la agilidad y la autonomía para que puedan crearse, aplicarse y mejorarse nuevas ideas.

AGILE FASHION

Iniciativa creada para acelerar la transformación cultural para la innovación que prevé la capacitación en metodologías ágiles para personas involucradas en la ejecución de proyectos estratégicos para la Compañía. En 2018, cerca del 40% de nuestros proyectos estratégicos ya usaban metodologías ágiles.

RENNER EXPERIENCE

Grupo de tiendas en las que implantamos primero las nuevas tecnologías para probarlas en un ambiente real e identificar las mejoras necesarias para el desdoblamiento de su implantación, garantizando así el encantamiento de nuestros clientes y colaboradores.

ALIANZAS CON STARTUPS

Venimos actuando en colaboración con polos de innovación de punta para acelerar la transformación digital. Firmamos un acuerdo de cooperación con el Parque Científico y Tecnológico de la PUC-RS (Tecnopuc) y mapeamos más de una centena de startups relacionadas con el negocio, de las cuales nueve se encuentran en etapa de “aproximación”, en que nos presentan sus proyectos, y seis en etapa más avanzada: con el desarrollo de Prueba de Concepto para evaluar en la práctica la innovación propuesta.



CICLO DIGITAL

El uso de la tecnología para brindarnos información que fundamente la toma de decisiones aumenta nuestra asertividad, generando buenos resultados, tanto en el encantamiento del cliente, como al evitar desperdicio de recursos financieros, humanos y de materiales y, así, promover más eficiencia y un modelo de actuación de menor impacto socio-ambiental.

Por eso, implantamos en 2018 nuevas tecnologías y procesos para ser cada vez más asertivos desde el lanzamiento de colecciones -mejorando el proceso de captación de tendencias con base en análisis predictivos- hasta la distribución y venta del producto para garantizar una actuación ágil y llevar al cliente los productos deseados cuándo y dónde él lo desee.

VISIÓN ÚNICA DEL CLIENTE

Uno de nuestros valores y diferenciales competitivos es el encantamiento. Existimos para encantar al cliente y, en un escenario de constantes cambios digitales que influyen en la forma como las personas se relacionan y consumen, queremos ofrecer soluciones que continúen excediendo las expectativas de nuestros clientes proporcionando una experiencia de relaciones personalizada y consistente.

PRINCIPALES INICIATIVAS EN 2018

MINORISTA

- Atención ágil y simplificada por el WhatsApp por medio de operadores virtuales;
- Monitores táctiles para seguimiento de los clientes en las cajas;
- Dispositivos de venta móvil para finalizar la compra del cliente en cualquier lugar de la tienda y consulta de disponibilidad de productos en la tienda o en tiendas cercanas en tiempo real;
- Proyecto piloto con la aplicación Renner Pague Digital en tres tiendas para que el cliente pueda finalizar y pagar sus compras en cualquier lugar de la tienda con su propio *smartphone*;
- Encantómetro digital, que nos permite monitorear de manera centralizada la experiencia de encantamiento del cliente y corregir problemas con agilidad;
- Vale-regalo *omnichannel* para que el cliente use donde lo prefiera: *online* o en tiendas físicas;
- Nuevo *e-commerce* con opción de comprar con un *clic*, buscar imagen, lista de deseos, compra *online* con retiro en tienda física, cambio fácil y vale-cambio integrado y para que el cliente pueda cambiar su producto en cualquier tienda física; y
- Nuevos sitios de *e-commerce* de Camicado y Youcom.

PRODUCTOS FINANCIEROS

- Dispositivo para emisión de la tarjeta Renner por atención por medio de la biometría facial en cualquier punto de la tienda;
- Aplicación con facilidades y conveniencia: simulación y contratación de Extracción Rápida y emisión de Tarjeta Renner con aprobación de crédito para compra inmediata;
- Alineación de la aplicación, sitio y tótem de servicios en las tiendas para la misma experiencia del cliente en la gestión de sus servicios Realize;
- Mejora de la interacción del canal de atención al cliente con uso de inteligencia artificial; y
- Ambiente *online* exclusivo para negociar pagos en mora.



DATA-DRIVEN DECISION PARA EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

DISTRIBUCIÓN 100% DATA-DRIVEN

En 2018, creamos modelos y algoritmos de predicción de demanda que nos permitieron llegar a una previsibilidad a nivel de stock de producto por tienda. También en 2018, ejecutamos un experimento en el que conseguimos realizar una operación de distribución y designación de productos en tienda 100% orientada por datos (*data-driven*).

En 2019, expandiremos este modelo a todas las tiendas de Renner.

DIGITALIZACIÓN DEL PROCESO DE SURTIDO

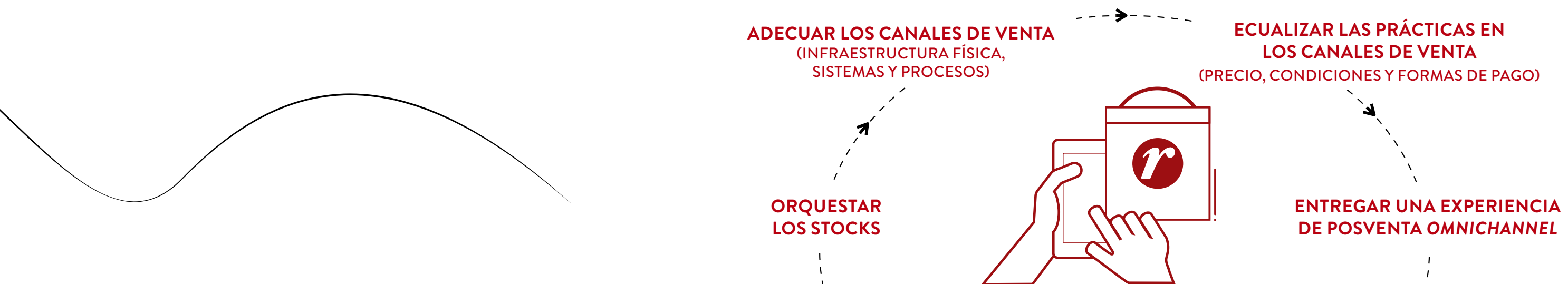
Todo nuestro proceso de surtido de las marcas está siendo integrado y digitalizado. Con esta etapa finalizada, en 2019, comenzaremos a aplicar modelos predictivos para capturar con agilidad el comportamiento de compra de nuestros clientes con relación a los productos lanzados, posibilitando la readecuación de los pedidos a los proveedores para traer tamaños, estampas y piezas que tuvieron mejor aceptación.

CAPTURA DE TENDENCIA

En 2018, contamos con el apoyo de *startups* para mejorar nuestro proceso de captura de tendencias y generar *insights* para, en 2019, iniciar la construcción de una solución de Inteligencia Artificial (IA) que nos permitirá calcular la probabilidad de éxito de nuestras apuestas de tendencia. También en 2019 ejecutaremos un experimento con una colección para calibrar nuestros modelos de IA.

PRINCIPALES INICIATIVAS EN 2018

- **GANANCIA DE PRODUCTIVIDAD**
Cambio en las etiquetas de seguridad y modernización de la interfaz de operación de las cajas, que generaron agilidad en la atención y reducción del tiempo de entrenamiento operativo.
- **VENTA MÓVIL**
Experiencia de compra finalizada por el colaborador en cualquier lugar de la tienda y consulta de disponibilidad de productos en la propia tienda o en tiendas cercanas en tiempo real.
- **RENNER PAGUE DIGITAL**
Experiencia de compra efectuada por el cliente en su *smartphone* de cualquier lugar de la tienda.
- **GESTIÓN ONLINE**
Seguimiento de la performance y las ventas en tiempo real y en cualquier lugar de la tienda, lo que permite que el gestor pase más tiempo en contacto con su equipo y clientes.
- **REMARCACIÓN Y REPOSICIÓN EN EL ÁREA DE VENTAS**
Nuevos procesos y tecnologías para remarcación de precios de productos en el área de ventas y reposición de productos con más agilidad, velocidad y asertividad, y menos consumo de papel.
- **RFID (*Radio Frequency Identification*)**
Estamos implantando identificación con RFID en los productos, que, por medio de la radiofrecuencia, nos permite capturar datos en tiempo real de cada producto como si cada uno tuviera un CPF (registro de persona física) propio, lo que reduce la ruptura, agiliza el proceso de inventario y mejora la experiencia de compra del cliente.



DIGITALIZACIÓN PARA EFICIENCIA

APOYO A LA CREACIÓN DE LAS COLECCIONES

PRODUCT LIFECYCLE MANAGEMENT (PLM)

Iniciamos la implantación de software de gestión de la base de conocimiento para apoyar el proceso de desarrollo de colecciones, generando ganancia de agilidad y asertividad.

RASTREABILIDAD Y REACTIVIDAD DE PROVEEDORES

BLOCKCHAIN

Iniciamos un proyecto piloto para uso de la tecnología *blockchain* para rastreabilidad de la cadena de proveedores de reventa de Renner con mayor facilidad, confiabilidad y transparencia.

NUESTRA RED

Creación de portal para conexión directa y facilitada con proveedores de reventa, dando así agilidad y organización a las relaciones.

EFICIENCIA Y AGILIDAD EN LA OPERACIÓN

AUTOMACIÓN ROBÓTICA

Implementamos robots de automatización y procesos de *machine learning* para mejorar sistemas, promoviendo así la reducción de actividades manuales y el aumento de productividad.

INNOVACIÓN EN TESORERÍA Y CONCILIACIÓN

Automatizamos la plataforma de tesorería, ganando seguridad, rastreabilidad y productividades en los procesos de las tiendas.

OPERADORES VIRTUALES INTERNOS

Creamos operadores virtuales para los colaboradores, agilizando la solución de dudas y problemas.

PEOPLE ANALYTICS

Uso de herramientas de análisis avanzado de datos en el área de Recursos Humanos correlacionando datos de colaboradores con todos los otros datos de la empresa.



EVOLUCIÓN DEL MODELO LOGÍSTICO

Nuestra red de distribución cuenta con dos Centros de Distribución (CDs) en los estados de Río de Janeiro y Santa Catarina y un *cross docking* en São Paulo, cuya función es consolidar los volúmenes distribuidos en los CDs para enviar en camiones más chicos a las tiendas, que comprenden las operaciones de las Tiendas Renner, Youcom, Ashua e *E-commerce*. También hay un CD en São Paulo dedicado a las operaciones de Camicado. La flota que realiza las entregas a las tiendas y movimientos entre las operaciones, por su parte, es tercerizada.

En 2018, entregamos transformaciones importantes y crecimos nuestra operación alcanzando nuevos niveles de productividad, velocidad y precisión.

EXCELENCIA OPERATIVA

Por medio de la revisión de procesos y disciplina en la ejecución de metodologías de mejora continua, conseguimos alcanzar una reducción del 7% en el plazo de entrega de nuestras tiendas manteniendo, además, buenos índices de puntualidad en las entregas en tienda.

Todos los resultados y crecimientos alcanzados fueron apoyados por equipos cada vez más participativos, con amplio trabajo de formación de líderes y acercamiento de los equipos en el día a día de trabajo, lo que resultó en un nivel de participación del 80% (cerca de 10 p.p. superior al año anterior), entrando así en la zona de alta performance.

ENTREGAS NOCTURNAS

Buscando más velocidad en las entregas a tiendas, iniciamos un proyecto piloto de entregas nocturnas de productos en cinco tiendas de São Paulo, lo que ha mostrado una mejora en el nivel de servicio porque permite que las tiendas inicien sus actividades por la mañana con más agilidad. Con la entrega nocturna también podemos circular en los grandes centros con vehículos más grandes y cargar más productos, con lo que ganamos eficiencia y reducimos el kilometraje andado, el consumo de combustible y la emisión de gases de efecto invernadero por producto transportado. En 2019, prevemos la expansión del número de tiendas con entregas operando en este modelo.

E-COMMERCE

Para apoyar el aumento del *e-commerce*, en 2018 expandimos el CD de Río de Janeiro y revisamos su *layout* para garantizar mayor productividad y agilidad en la atención.

EVOLUCIÓN DEL MODELO DE PUSH AND PULL

En 2018, concluimos la implantación del nuevo modelo *push and pull* para artículos básicos, consiguiendo una reducción del 65% en la ruptura de stock en tienda en la comparación entre los años 2018 y 2016, ganancia de eficiencia que impulsó un significativo crecimiento de ventas de los artículos básicos en el período.

Además, desarrollamos y probamos en los CDs nuevos procesos para implementar el *push pull* para artículos de colección, que requieren alta agilidad en su recepción, almacenaje, distribución y envío de productos a las tiendas.



DIRECTRICES ESTRATÉGICAS DE SOSTENIBILIDAD

GRI 102-44

MODA RESPONSABLE

Creemos que la moda debe ser justa, consciente y responsable y nuestras directrices estratégicas de sostenibilidad orientan nuestra actuación para ello. En 2018, alcanzamos la mitad del ciclo propuesto para dichas directrices (2016-2021) con importantes avances en todos los pilares, presentados en detalle en los capítulos a continuación.

1 PROVEEDORES RESPONSABLES

Objetivo 1

Generar valor con base en el respeto al medio ambiente y a los derechos humanos y de trabajo

2 GESTIÓN ECOEFICIENTE

Objetivo 2

Identificar/medir/reducir: agua, energía, químicos, residuos, emisiones de GEI

Objetivo 3

Innovar en el desarrollo de materias primas y procesos menos impactantes



4 PRODUCTOS Y SERVICIOS SOSTENIBLES

Objetivo 5

Entregar líneas de productos y servicios sostenibles con calidad y comunicar el valor al cliente

3 INVOLUCRAR A: COLABORADORES, COMUNIDADES Y CLIENTES

Objetivo 4

- 4.1 Involucrar a colaboradores (agentes y líderes en sostenibilidad)
- 4.2 Comunidades (empoderamiento de la mujer en la cadena textil)
- 4.3 Clientes (consumo consciente)

Con las bases construidas estos tres últimos años, en 2018 lanzamos al público el sello Re Moda Responsable, que simboliza nuestra forma de pensar y practicar la sostenibilidad e identifica nuestros productos, servicios e iniciativas orientadas al tema.

Junto al lanzamiento de Re Moda Responsable, también asumimos nuevas metas y compromisos hasta el fin de este ciclo, en 2021:

- 80% de productos menos impactantes, cuyo 100% es de algodón certificado
- 100% de la cadena nacional e internacional de reventa con certificación socio-ambiental
- 75% del consumo corporativo de energía será de fuentes de energías renovables (fuentes de energías renovables consideradas: pequeñas centrales hidroeléctricas (PCHs), solares, eólicas y biomasa)
- 20% de reducción de las emisiones absolutas de CO₂ con relación al inventario 2017

Conozca más sobre Re en su [video de lanzamiento](#) y en [nuestro blog](#).

La solidez de nuestra estrategia y el avance en la adopción de prácticas más sostenibles en nuestro modelo de negocio vienen siendo reconocidos por las principales herramientas de evaluación de la sostenibilidad empresarial. Fuimos seleccionados por 5º año consecutivo para el **Índice de Sostenibilidad Empresarial de B3** y para el **Dow Jones Sustainability Index (DJSI)**, que cuenta con 317 empresas de 30 países y tan sólo siete brasileñas.

INNOVACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD

Lanzamos el **CONCURSO REINVENTE**, en el que estudiantes, profesionales y demás interesados de todo Brasil tuvieron la oportunidad de presentar proyectos con soluciones para todos los eslabones de la cadena de valor del mercado minorista de moda dentro del concepto de sostenibilidad y economía circular en cuatro categorías:

MATERIA PRIMA | 70 INSCRIPTOS

Soluciones de materias primas o procesos de obtención de materias primas innovadoras

Vencedor: Renan Serrano y Fabricio Tardim - Redesfibra.com

PRODUCCIÓN | 97 INSCRIPTOS

Soluciones para el proceso de creación y/o producción en el segmento de moda

Vencedor: Roberta Negrini -Joaquina Brasil- Moda con impacto socio-ambiental positivo

MERCADO MINORISTA | 36 INSCRIPTOS

Soluciones dirigidas al ambiente construido de tienda y/u operación logística

Vencedor: Fernanda da Costa Silva - Tienda Modelo: estudio de logística y sostenibilidad para tienda de ropa

POSCONSUMO | 139 INSCRIPTOS

Soluciones de cierre de ciclo para cualquier producto o subproducto de las etapas anteriores

Vencedor: Caroline Camargo Régio y Lorena Mayra Schluga - La implantación de la economía circular a través de Use - Clothes for Us

Los vencedores de cada categoría recibieron un premio de R\$ 25 mil y participaron en un evento de entrega de premios en nuestra sede. Las ideas premiadas también fueron reunidas en un libro de referencia sobre la sostenibilidad en la moda, trayendo una importante fundamentación del tema.

Conozca la publicación en nuestro [sitio web](#).



CAMICADO

En 2018, Camicado concluyó la elaboración de su planificación estratégica de sostenibilidad, alineada con la estrategia de Moda Responsable y considerando las especificidades del negocio. Se definieron cuatro temas prioritarios para los próximos tres años.

1 ORIGEN JUSTO Y RESPONSABLE

(correspondiente a los Proveedores Responsables)

Responsabilidad social y ambiental para con la cadena de suministro, los procesos de desarrollo y la producción de productos y definición de materias primas de menor impacto ambiental.

2 CONSUMO ECOEFICIENTE

(correspondiente a Involucrar a Clientes)

Capacitación de equipos y concientización del cliente sobre el tema.

PLANIFICACIÓN
ESTRATÉGICA
CAMICADO

PERSONAS

4 (correspondiente a Involucrar a Colaboradores)

Fortalecimiento de la cultura de la diversidad y sostenibilidad en Camicado por medio del programa de inserción y concientización, mejorando aún más indicadores de equidad y diversidad de la empresa.

3 DESTINO ADECUADO

(correspondiente a la Gestión Ecoeficiente)

Gestión de los residuos sólidos de la operación del negocio, así como de la logística reversa posconsumo.

Siga la evolución y las metas de cada pilar de la estrategia de sostenibilidad de Camicado y de la estrategia de Moda Responsable en los próximos capítulos.



PROVEEDORES RESPONSABLES



GRI 102-9, 103-1, 103-2, 103-3, 204-1

ESCENARIO

R\$ **4,6** MIL MILLONES
GASTADOS COM

2.099
PROVEEDORES

525 DE REVENTA
67,4%
DE LOS GASTOS

1.574 ADMINISTRATIVOS
32,6%
DE LOS GASTOS

DISTRIBUCIÓN DE LOS GASTOS EN PROVEEDORES DE REVENTA

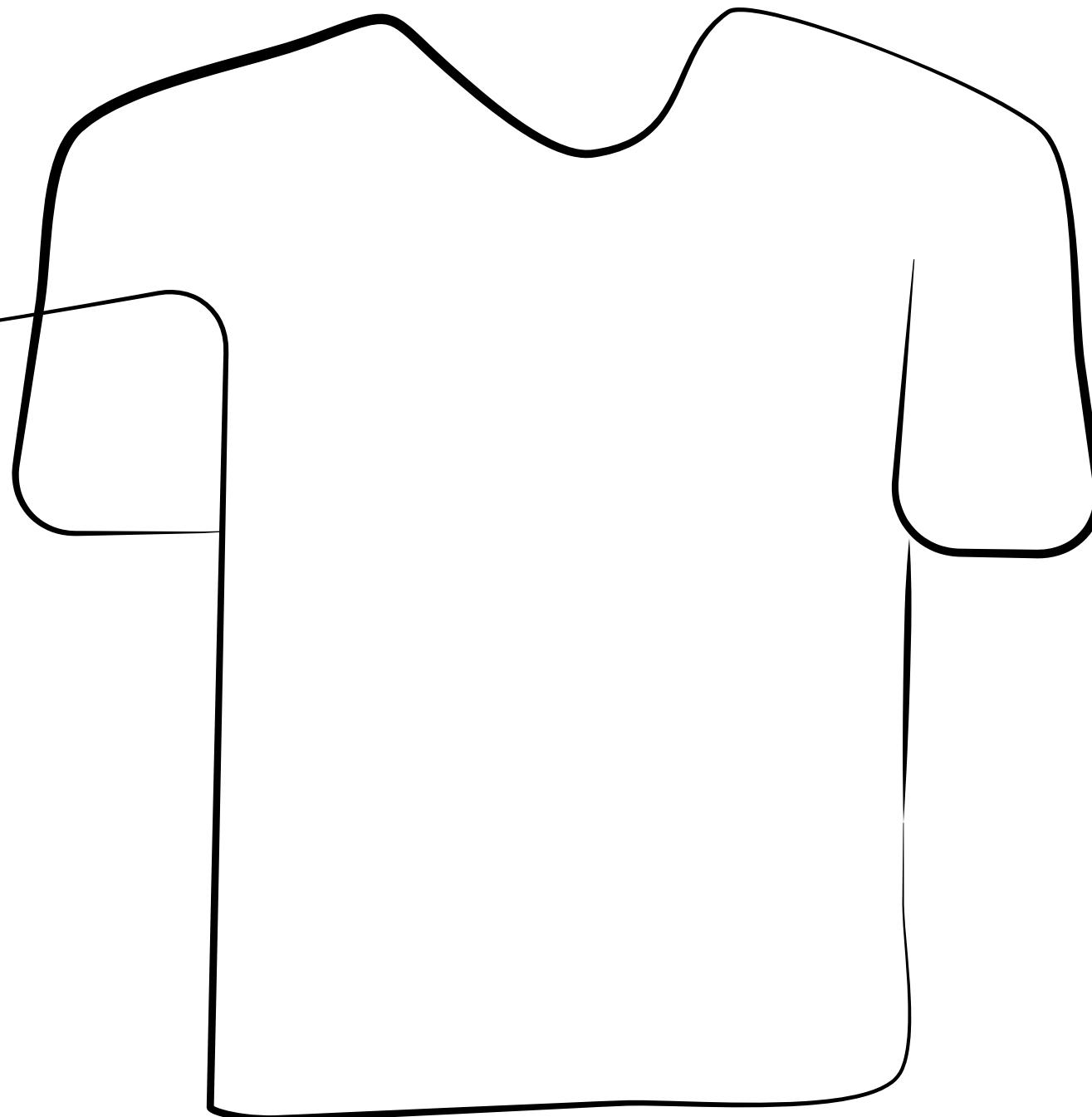
66%
BRASIL

34%
INTERNACIONAL

2.707 VISITAS TÉCNICAS Y
1.721 AUDITORÍAS DOCUMENTALES

EVOLUCIÓN EN 2018

- Revisión y consolidación de las directrices del Código de Conducta para Proveedores
- Profundización del monitoreo de la gestión ambiental en los proveedores de reventa
- Gestión de uso de productos químicos en auditorías en proveedores de reventa
- Avance del monitoreo de proveedores de reventa internacionales
- Proyecto piloto para uso de *Blockchain* en la rastreabilidad del producto
- Procesos de homologación y monitoreo de proveedores administrativos extendidos a proveedores de logística y de mantenimiento
- Inclusión de la evaluación de mecanismos de integridad en el proceso de homologación de proveedores administrativos
- Inicio de la estructuración del programa de gestión de proveedores de reventa en Camicado



COMPROMISOS Y PRINCIPIOS

GRI AF1, AF6, AF7, 102-12, 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2

Las relaciones con la cadena de suministro es directriz fundamental en nuestra estrategia de sostenibilidad. Por eso, esta gestión evoluciona año tras año para que podamos potencializar nuestro impacto positivo en la construcción de una cadena de suministro ética, responsable y cada día más sostenible.

Trabajamos próximos a nuestros proveedores buscando apoyar sus ciclos de desarrollo y sostenibilidad y promover su alineación con nuestros objetivos y valores. Todos los proveedores en el acto de contratación firman el Contrato Comercial y la Declaración de Compromiso de Conducta Responsable, en la que declara estar de acuerdo con las conductas esperadas y con asumirlas en sus operaciones con relación a los siguientes temas:

- Trabajo infantil
- Trabajo Forzado o Trabajo Esclavo o Análogo al Esclavo
- Salud y Seguridad
- Libertad de Asociación y Participación Sindical
- Explotación Sexual Infantil
- Medio Ambiente
- Discriminación
- Prácticas Disciplinarias
- Horario de Trabajo
- Remuneración
- Legalidad y Conformidad
- Prácticas Anticorrupción
- Calidad
- Derechos de Autor
- Sigilo y Confidencialidad
- Comunicación y Postura con los Medios

En la Declaración, también se comprometen a actuar orientados por nuestro Código de Conducta para Proveedores, que presenta los valores y principios a ser observados. El documento está disponible en nuestro [sitio web](#) públicamente y en Nuestra Red, portal al que todos los proveedores tienen acceso y pueden marcar el documento como leído.

Para los proveedores administrativos y de reventa de la Compañía identificados con mayor riesgo de impacto, contamos también con un ciclo consistente en gestión y relaciones en los pilares de Homologación, Monitoreo y Control (para proveedores administrativos y de reventa), y de Desarrollo (para proveedores de reventa nacionales), presentados en detalle en los subcapítulos a continuación.

Somos signatarios del Pacto Nacional por la Erradicación del Trabajo Esclavo, administrado por el Instituto InPacto, que promueve la prevención y la erradicación del trabajo esclavo en las cadenas productivas en Brasil. Obtenga más información en: <http://www.inpacto.org.br>

PROVEEDORES ADMINISTRATIVOS

GRI 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2; AF3, AF4, AF6, AF8, AF9, AF13, AF14, AF17

HOMOLOGACIÓN

Para toda Lojas Renner S.A., realizamos un proceso de homologación de proveedores administrativos contratados en los sectores de construcción civil, desde 2015, y de logística y mantenimiento, desde 2018. El proceso prevé el análisis de la documentación de las empresas proveedoras por empresa especializada, evaluando prácticas y compromisos con relación a:

- Seguridad del Trabajo; y
- Medio Ambiente y Responsabilidad Social (que incluye trabajo infantil, forzado o análogo al esclavo, trabajo extranjero irregular, libertad de asociación, discriminación, abuso y acoso, compensaciones, horas trabajadas y beneficios).

En total, fueron homologados 121 nuevos proveedores de construcción civil, logística y mantenimiento, que representan el 17% del total de proveedores administrativos, un aumento de 8 puntos porcentuales con relación al año anterior.

En 2018, todos los proveedores administrativos contratados de todos los segmentos, críticos y no críticos, también pasaron a ser evaluados por nuestro equipo de *Compliance*, en el momento de su homologación, con relación a sus mecanismos de promoción de la integridad.

MONITOREO Y CONTROL

CONSTRUCCIÓN CIVIL

Realizamos acciones de monitoreo y control de las constructoras, administradoras y sus proveedores por medio de visitas técnicas sin programación previa a los canteros de obras y alojamientos hechas por empresas especializadas. La evaluación consiste en la verificación de un *checklist* de puntos y en entrevistas con trabajadores a fin de captar la percepción real de la rutina de trabajo y de las prácticas. La visita origina un informe enviado a la empresa evaluada para adecuaciones o, inclusive, desacreditación.

En 2018, fueron 384 visitas a obras en Brasil y Uruguay, que corresponde al 100% a obras en sus diferentes etapas, y 78 a alojamientos en Brasil, que corresponde al 100% de los alojamientos.

No se constataron riesgos a la violación del derecho a ejercer la libertad de asociación ni a la negociación colectiva, de ocurrencia de trabajo infantil ni de trabajadores jóvenes expuestos a trabajo peligroso ni, de trabajo forzado ni análogo al esclavo entre los proveedores administrativos monitoreados.

Tampoco se registraron casos de incumplimiento de los requisitos legales ni de acuerdos colectivos de trabajo sobre sueldos ni horas extras, casos relacionados con discriminación ni ningún incumplimiento del Código de Conducta para Proveedores.

RECLAMOS O DENUNCIAS

Nuestro **Código de Conducta para Proveedores** pone a disposición canales para reclamos y denuncias y se lo divulga a los proveedores administrativos en el momento de su contratación y en talleres e *e-mails*. Para los proveedores de construcción civil, también divulgamos los canales *in situ* por medio de pósteres.

PROVEEDORES DE REVENTA

GRI 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2, AF2, AF3, AF4, AF5, AF8, AF9, AF13, AF14, AF15, AF16, AF17

HOMOLOGACIÓN

En el proceso de homologación de proveedores de reventa, evaluamos su documentación, su situación financiera y realizamos visitas técnicas para asegurar que la empresa esté alineada con nuestros requisitos de contratación.

En 2018, implementamos en el proceso de homologación de proveedores internacionales las visitas técnicas de responsabilidad social. En total, realizamos el proceso de homologación del 100% de las empresas proveedoras de reventa nacionales y del 93% de las empresas proveedoras de reventa internacionales contratadas en el año.

Adicionalmente, los proveedores nacionales que cumplen los requisitos y son contratados son invitados a participar en el “Programa de Bienvenida” en nuestra sede en el que presentamos la forma Renner de ser y actuar y hacer su integración con las áreas con las que tendrán interacción. En 2018, también extendimos la invitación a proveedores que ya están en la cadena, no solamente a los contratados en el año, para que pudieran “reciclarse” en nuestros procesos.

Todos nuestros proveedores de reventa nacionales de confección, calzados y accesorios también son certificados por la ABVTEX (Asociación Brasileña de Minoristas Textiles), que evalúa su adherencia a las buenas prácticas corporativas de responsabilidad socio-ambiental.

PANORAMA DE 2018

- 4.394 auditorías presenciales y no presenciales.
- 100% de los proveedores nacionales de reventa auditados
 - 1.687 planes de acción, de los cuales el 81% fue resuelto en 2018.
- 48% de los proveedores internacionales de reventa auditado

MONITOREO Y CONTROL

Realizamos visitas técnicas -que evalúan la regularidad legal y la conformidad con los principios de responsabilidad socio-ambiental establecidos por Lojas Renner S.A. - a proveedores y sus contratados de confección, accesorios y calzados, además de a los proveedores de belleza de la marca Alchemia.

El proceso es conducido por el área de Conformidad de Proveedores, compuesta por un equipo corporativo en Brasil y en China, un equipo de campo para las auditorías nacionales -con base en São Paulo, Santa Catarina y Rio Grande do Sul- y empresas terceras -Asian Inspection y Elevate- para auditorías internacionales.

Cuando identificamos algún punto que debe ser mejorado para estar de acuerdo con nuestros requisitos, solicitamos que el proveedor ejecute un plan de acción con plazo de dos meses para resolución. En los casos con menor criticidad, promovemos una evaluación documental para seguir el progreso del plan y a aquellos de mayor criticidad les realizamos visitas técnicas presenciales para seguimiento. Si el plan no es cumplido, las empresas son bloqueadas/suspendidas, no reciben nuevos pedidos y están sujetas a desacreditación de la cadena de suministro de Lojas Renner S.A.

También realizamos el monitoreo del desempeño de nuestros proveedores de reventa de las cadenas de tejido, tejidos planos, jeans/sarga, lingerie, línea playera, calzados y accesorios por medio de una evaluación mensual realizada con base en el Índice de Desempeño Global de Proveedores (IDGF).

La evaluación toma en cuenta aspectos comerciales, de logística, calidad, solidez financiera y responsabilidad social y el resultado de las evaluaciones orienta programas de desarrollo de proveedores conducidos con el apoyo del equipo de Gestión de Proveedores de Reventa (obtenga más información en el apartado PMC a continuación).

RECLAMOS O DENUNCIAS

Recibimos y verificamos en hasta cinco días por medio de una visita de verificación con informe específico las denuncias o los reclamos recibidos por teléfono, *e-mail*, visita técnica de conformidad, canales de la ABVTEX o cualquier otro canal específico de Lojas Renner S.A.

Estos canales están disponibles públicamente en nuestro **Código de Conducta para Proveedores** y son divulgados internamente a los colaboradores y también a nuestros proveedores, que tienen el compromiso de divulgarles el canal a sus empleados por medio de pósteres fijados en áreas de circulación de trabajo y de exigirles lo mismo a sus contratados.

DESARROLLO

Queremos maximizar nuestro potencial de impacto positivo en la cadena textil y por eso actuamos en iniciativas y programas de apoyo al desarrollo de los proveedores de reventa en Brasil, presentados a continuación.

PROGRAMA DE MEJORA CONTINUA (PMC)

En 2018, 6º año consecutivo del programa, el PMC tuvo foco en el desarrollo de acciones de alineación estratégica con los proveedores de reventa nacionales de las cadenas de jeans/sarga, tejidos planos y tejidos. Las iniciativas proporcionaron una evolución en la operación de nuestros aliados, resultando en la mejora del Índice de Desempeño Global de Proveedores (IDGF).

Con base en 2016, cuando el IDGF fue reformulado a los índices actuales de evaluación, los proveedores presentaron una evolución de 12 puntos decimales el primer año (2017). En el segundo (2018), el IDGF tuvo un crecimiento de 10 puntos porcentuales, presentando una evolución continua de la performance de los proveedores.

PROGRAMA ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO

En alianza con el Sebrae y realizado por 3er año consecutivo, el proyecto promovió entre 2017 y 2018 la capacitación de 64 empresas contratadas por nuestros proveedores con una participación del 85% de las empresas beneficiadas.

Los principales resultados obtenidos fueron: 23% de aumento de productividad, reducción del 11% del tiempo de entrega, aumento del 55% del índice de competitividad de los pequeños negocios y reducción del 42% de las piezas reprobadas.

En 2019, ampliamos el proyecto a cerca de 200 empresas beneficiadas.

EVOLUCIÓN DEL PROCESO EN 2018



CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL

Divulgamos el compromiso público de tener el 100% de la cadena nacional e internacional de reventa con certificación socio-ambiental antes de 2021, garantizando así la adopción de mejores prácticas ampliamente legitimadas. En 2018, nos afiliamos al Proyecto (*Sustainable Apparel Coalition*), al *Social & Labor Convergence (SLCP)* vinculado al SAC, que tiene como objetivo monitorear y desarrollar la cadena frente a los temas: respeto a los derechos humanos, leyes laborales y salud y seguridad del trabajo. Adicionalmente, mejoramos el proceso de monitoreo y control a través de la realización de auditorías en la cadena internacional de proveedores de reventa.

MEJORA DE LA RASTREABILIDAD

Iniciamos un proyecto piloto del uso de la tecnología *Blockchain* en la rastreabilidad de la cadena, que fue aplicado a dos proveedores de reventa para monitorear el trayecto del producto en la cadena productiva en tiempo real, permitiéndonos mayor capacidad de monitoreo referente a los principios de sostenibilidad. Tenemos el plan de ampliar el proyecto para los 10 proveedores nacionales.

EVALUACIÓN DE CONFORMIDAD AMBIENTAL

Adicionalmente a la exigencia de la conformidad legal de todos nuestros proveedores, en 2018 incluimos nueve puntos relacionados con conformidad y gestión ambiental en el *checklist* de evaluación de los proveedores.

En 14 proveedores estratégicos también avanzamos con un diagnóstico ambiental más profundizado con base en el estándar de autoevaluación *HIGG Index* de la *Sustainable Apparel Coalition* para identificar las oportunidades frente a la gestión ambiental y actuar en su desarrollo. Estos proveedores también fueron recibidos en un evento en que presentamos la herramienta HIGG y aclaramos sus dudas.

FINANCIACIÓN DEL BNDES

Mantuvimos la operación de financiación con el Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES) para proyectos de desarrollo dirigidos a nuestros proveedores de reventa. En total, se hicieron operaciones de financiación que destinaron este año **R\$ 3,5 millones** a esas empresas para expansión de su capacidad productiva, modernización de sus parques fabriles y capacitación de sus cadenas. En los tres años del proyecto ya se financiaron **R\$ 5,2 millones**.

ENCUESTA DE RELACIONES

Canal para que los proveedores puedan expresar sus opiniones y su nivel de satisfacción con los procesos y sistemas utilizados en la interacción con la Compañía. Es una importante herramienta para identificar oportunidades de mejora en las relaciones con dichos aliados. En 2017, el nivel de satisfacción de los proveedores encuestados alcanzó el 88%. En su segundo año, el nivel llegó al 90% de satisfacción.

CONSEJO DE PROVEEDORES

Formado por proveedores nacionales de reventa considerados estratégicos por la Compañía, el Consejo es un foro importante para el intercambio de experiencias y debates relevantes sobre temas de interés común en reuniones trimestrales con el objetivo de construir una cadena eficiente, competitiva y sostenible. En 2018, participaron en el Consejo 14 proveedores estratégicos del segmento textil, de las cadenas de tejidos, jeans/sarga y tejidos planos.

ECOFICIENCIA EN LA CADENA DE PROVEEDORES

Iniciamos en 2017 un proyecto para que los proveedores nacionales de reventa de las cadenas de tejido y jeans de Renner y de Youcom redujeran la generación de residuos textiles en los procesos de producción y usaran las sobras para producir telas para nuevas piezas. Obtenga más información en la **página 49**.

GESTIÓN DE PROVEEDORES DE CAMICADO

Considerando las especificidades del segmento de casa y decoración, en 2018 Camicado inició el desarrollo de su programa de gestión de proveedores de reventa y administrativos a partir de los resultados de la evaluación de riesgos de la cadena de suministro con relación a aspectos ambientales, de seguridad y salud ocupacional, prácticas laborales, derechos humanos, productos y servicios para el consumidor y ética y prácticas anticorrupción.

Para el inicio del programa, en 2019, se priorizaron los identificados con mayor criticidad: proveedores de productos textiles, proveedores de productos con materia prima de origen forestal y transportadoras.

En estas categorías, se realizará un piloto para validar el programa con participación de 10 proveedores, considerando cuatro fases: homologación, auditorías remotas, auditorías presenciales y seguimiento de planes de acción, además de capacitaciones y acciones para su desarrollo.

GESTIÓN ECOEFICIENTE

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

ESCENARIO

SEDE Y UNA TIENDA

con certificación **LEED**

y dos tiendas en proceso de certificación

77 TIENDAS

construidas o reformadas desde 2016 de acuerdo con estándares más sostenibles incluidos en nuestra documentación técnica y manuales de proyecto y construcción

4 TIENDAS

con proyecto piloto de energía solar en Rio de Janeiro (Rio de Janeiro)

90,6% DE LA ENERGÍA CONSUMIDA PROVENIENTE DE FUENTES RENOVABLES

COMPENSACIÓN EN 2018, DEL

100% de las emisiones de gases de efecto invernadero corporativas del inventario 2017



97% de los residuos de la operación de Renner enviado a reciclado

EVOLUCIÓN EN 2018

- Creación del proyecto Ambiente Construido para traer el concepto de circularidad a la construcción y reforma de tiendas.
- El 100% de las tiendas de Renner tiene lámparas de LED, el 80% más económicas que las incandescentes y el 30% que las fluorescentes.
- Análisis de **replicabilidad de las buenas prácticas de generación de energía** solar distribuida para todas las tiendas posibles que operan con energía de baja tensión.

TIENDAS ECOEFICIENTES

En nuestra operación propia, el mayor impacto ambiental directo se da en los procesos de construcción, reforma y operación, considerando que actualmente tenemos 556 tiendas y una media de construcción de 63 nuevas tiendas y de 38 reformas por año -considerando Renner, Camicado, Youcom y Ashua- en los últimos tres años.

Para minimizar este impacto, por primera vez en 2014 usamos las premisas de LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) en la construcción de una tienda. LEED es un sistema de certificación y orientación ambiental de edificaciones globalmente reconocido que prevé menor consumo de recursos y descarte de residuos, tanto en la construcción de los emprendimientos como en el día a día de su operación.

La estimativa, calculada en el proyecto de una de dichas tiendas, es que, con técnicas de construcción sostenibles, el emprendimiento tenga consumo de agua el 45% menor y consumo de energía para iluminación el 18% menor que un emprendimiento sin el uso de esas técnicas.

Este proceso resultó en la certificación LEED a nivel GOLD, hasta 2018, de una tienda y nuestra sede, además de 2 tiendas en proceso de certificación, y también en la construcción de un legado importante para perpetuación de este modelo menos impactante.

Desde diciembre de 2015, agrupamos todo el aprendizaje en la construcción de las tiendas certificadas y creamos un Manual de Construcción y Reforma, que establece a los equipos internos y a los proveedores las premisas, los conceptos y los criterios para construcción y reforma de tiendas con relación a:

- Seguridad de la Operación
- Satisfacción de los Clientes
- Satisfacción del Colaborador
- Permisos y Legalizaciones
- Economía de Energía
- Sostenibilidad
- Accesibilidad

Desde 2016 fueron 77 tiendas construidas y reformadas alineadas con el manual con estándares más sostenibles.

En 2018, el manual fue actualizado con los nuevos aprendizajes de los últimos años y, adicionalmente, creamos una nueva opción de modelo de tienda con estructura más simplificada y menor consumo de materiales, como por ejemplo el 60% menos de yeso debido al *layout* con áreas sin forro.

ESTIMATIVAS DE REDUCCIÓN DE IMPACTO DE LAS CONSTRUCCIONES SOSTENIBLES LEED

- 45% menos de consumo de agua en tiendas
- 18% menos de consumo de energía para iluminación en tiendas
- Estimativa de 15% menos consumo de energía en la sede
- Estimativa del 55% menos de consumo de agua en la sede



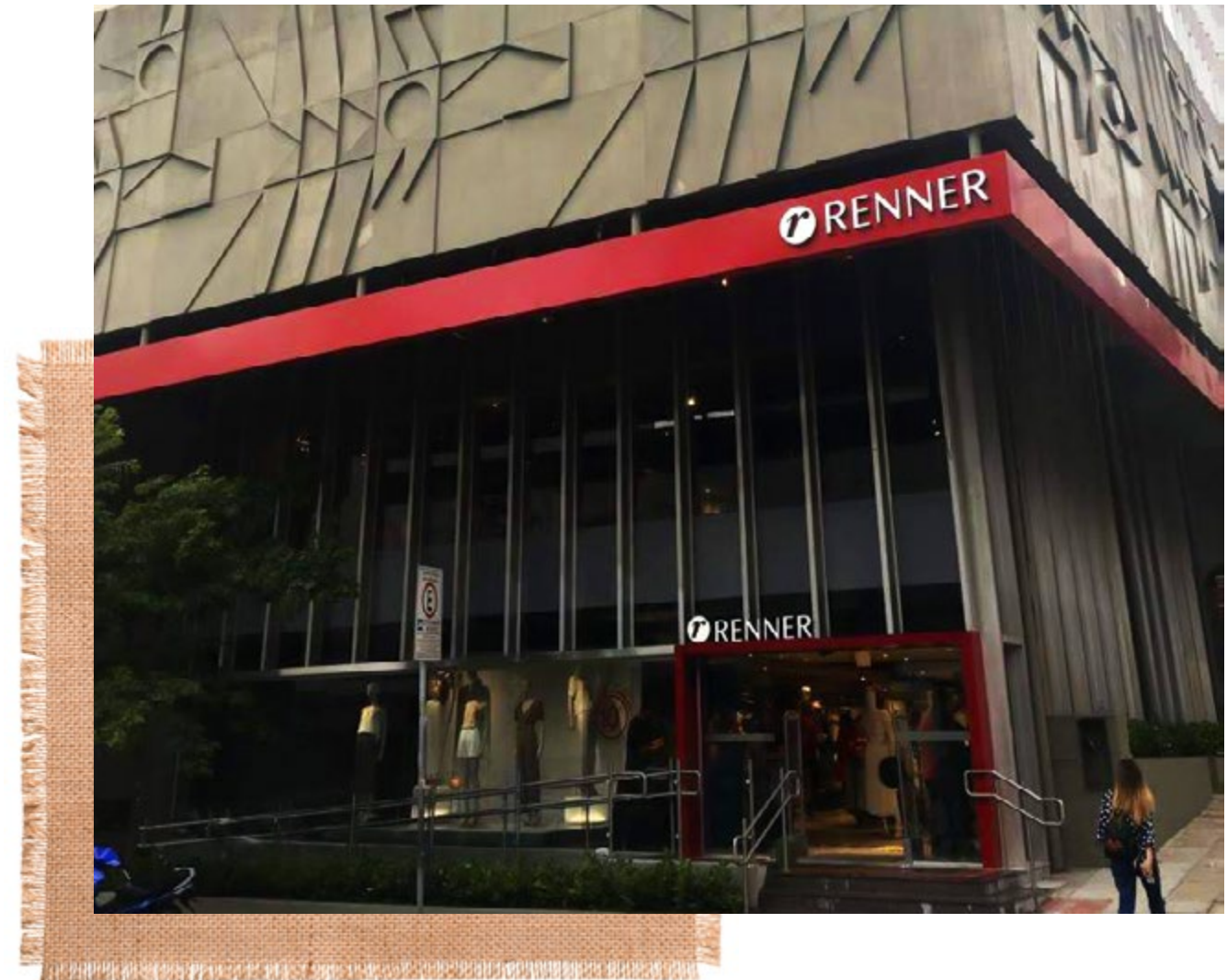
PROYECTO AMBIENTE CONSTRUIDO



Queremos expandir el concepto de economía circular a diferentes etapas de ciclo de vida de nuestro negocio. En 2018, iniciamos el desarrollo del proyecto Ambiente Construido con el objetivo de inserir los principios de la economía circular en la construcción de nuevas tiendas, reformas y en el desarrollo de mobiliarios. Este primer año de trabajo, desarrollamos dos pilotos:

1. **Mobiliario circular:** creamos un prototipo de un mobiliario de tienda que consideró los principios de la economía circular desde su concepción y diseño, lo que garantizó la modularidad del mueble, que puede ser montado de diferentes maneras para exponer productos. Con eso, fue posible reducir la necesidad de tener diferentes modelos de muebles de 30 a tan sólo dos modelos. Además, fue construido con materia prima 100% reciclable -lo que transforma el gasto en descarte al fin de la vida útil en ingresos por venta para reciclado- además de tener cero uso de sustancias tóxicas.
2. **Reducción del impacto de obra:** realizamos un piloto para reducción del impacto ambiental de la construcción de tienda, que consideró las premisas para la reducción del consumo de materias primas, reducción de la generación de residuos, reducción de los costos de reparación y mantenimiento y aumento del uso de materias primas recicladas o recuperadas. El piloto fue implementado en la tienda de calle de Florianópolis (Santa Catarina) y registró reducciones expresivas en el consumo de pisos, aceros, hormigón y yeso y, como consecuencia, la generación de residuos, lo que generó ganancias también en la reducción del costo de la obra.

En 2019, esperamos iniciar la fase de replicabilidad de las prácticas y haremos una nueva rueda de pilotos para consolidar los modelos y aprendizajes, además de definir las directrices de circularidad para el ambiente construido.



“El Proyecto tiene gran relevancia para la sostenibilidad, ya que trae al contexto minorista de la moda una abordaje integrado de la sostenibilidad -del ambiente de la tienda al producto ropa- a partir del diseño y de las premisas del proyecto para construcción y reforma de tiendas, que optimizan el consumo de materiales, generando menor cantidad de residuos y con uso de materiales con mayor potencial de reciclabilidad y, por lo tanto, trayendo una visión íntegra de la sostenibilidad a la cadena de la moda.”

PROFESSOR WEBER AMARAL
Universidade de São Paulo

ENERGÍA

EFICIENCIA EN CONSUMO

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

Además de la minimización de los impactos ambientales relacionados con la energía mediante la construcción y reformas de tiendas con procesos más sostenibles, también actuamos continuamente en la mejora de la eficiencia del consumo en las tiendas en operación.

Creamos en 2015, el Proyecto de Gestión de Energía y Activos, que promueve la adopción de mejores tecnologías en iluminación y aire acondicionado y la ampliación del monitoreo remoto y de la automatización para ganancias de eficiencia en el consumo de energía de las tiendas de Renner.

ENERGÍA RENOVABLE

Otro frente de nuestra gestión del consumo de energía es la ampliación de fuentes renovables para alcanzar el compromiso público del 75% del consumo corporativo de energía proveniente de fuentes de energías renovables de bajo impacto* antes de 2021. La meta para 2019 es el 39% de energía renovable considerando solamente la energía proveniente de pequeñas centrales hidroeléctricas (PCHs), solares y eólicas.

Para eso, invertiremos en la compra de energía proveniente de PCHs en el mercado libre de contratación de energía y, además en la generación de energía solar y eólica.

En 2018, el porcentaje de energía comprada al mercado libre a partir de fuentes renovables de bajo impacto fue del 37%. Del otro 63% de energía contratada al mercado regulado, el 85% correspondió a fuentes renovables**.

Con eso, en total, el 90,6%*** de la energía consumida proviene de fuentes renovables.

* Energías de fuente solar, eólica, biomasa y Pequeñas Centrales Hidroeléctricas (PCHs)

**Porcentaje de fuentes renovables en la matriz energética brasileña en 2018 según la Agencia Nacional de Energía Eléctrica (ANEEL).

*** La meta del 75% de energía renovable no considera energía hidroeléctrica, sino fuentes renovables de bajo impacto, citadas en la nota 2.

EVOLUCIÓN DEL PROYECTO DE GESTIÓN DE ENERGÍA Y ACTIVOS 2015 A 2018

100% de las tiendas con todas las lámparas de LED, el 80% más económicas que las lámparas incandescentes y el 30% más económicas que las fluorescentes.

98 tiendas (el 29% del total de tiendas de Renner) con monitoreo remoto del consumo, que permite identificar y resolver problemas con agilidad y regresar a los niveles de eficiencia deseados.

La previsión para 2019 es llegar a 120 tiendas.

ECONOMÍA DE ENERGÍA

Considerando solamente unidades comparables -las que tienen 12 facturas en 2017 y 12 facturas en 2018- alcanzamos reducción del 3,32% del consumo en 2018. **Estimativa del 12% de reducción de consumo para 2019.**

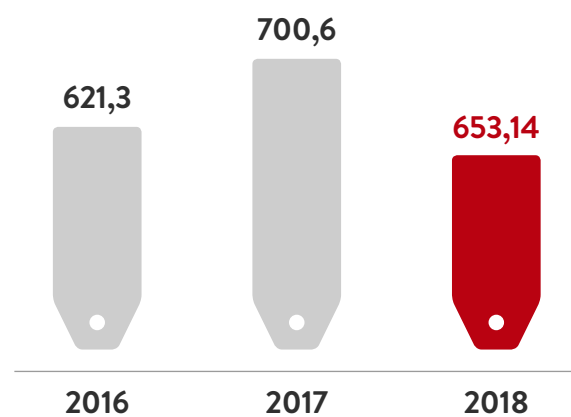
En los próximos años, seguiremos la implantación del proyecto, evaluando la mejor relación entre las ganancias de eficiencia y las inversiones necesarios para determinar los momentos ideas de implantación en cada escenario y, así, alcanzar la totalidad de nuestras tiendas.

ENERGÍAS RENOVABLES DE FUENTES ALTERNATIVAS DE BAJO IMPACTO

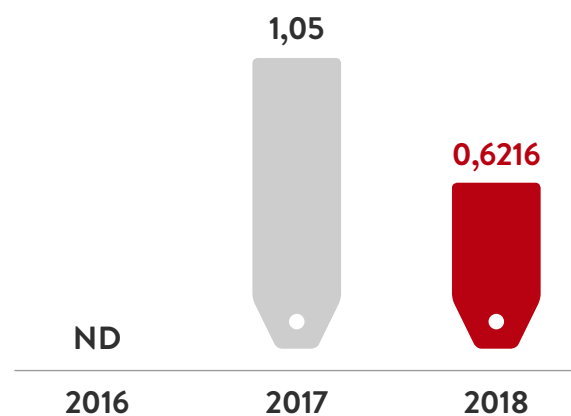
En 2017, iniciamos un proyecto piloto de **generación de energía solar en cuatro tiendas** en Río de Janeiro. La meta para el proyecto en 2019 es de tres tiendas en el Distrito Federal (DF) y una tienda en Río Grande do Sul (RS). La expectativa es que estas nuevas tiendas con generación solar distribuida generen **economía financiera para las tiendas del 13% y del 26% anuales** en DF y RS, respectivamente.

DESEMPEÑO EN 2018*

CONSUMO DE ENERGÍA (MIL GJ)



INTENSIDAD ENERGÉTICA (GJ/M2)



* En el consumo de Renner, además de las tiendas en Brasil están incluidas la Central de Crédito y Cobranza, la Sede Administrativa de Lojas Renner S.A., los Centros de Distribución de Renner, la Oficina de Itajaí y el Archivo General. En el consumo de Camicado, además de las tiendas está incluida la sede de Camicado. El consumo de Youcom incluye solamente tiendas de Youcom.

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

GRI 305-3

COMPROMISO CON LA REDUCCIÓN

Tenemos el compromiso público de reducir el 20% de las emisiones corporativas absolutas de CO₂ antes de 2021^{***}. Para alcanzar este objetivo, trabajamos en la promoción de la eficiencia energética y en la ampliación del uso de energía de fuentes renovables en nuestra operación (temas presentados en el subcapítulo anterior) y en acciones de gestión, eficiencia y mejoras en la operación logística.

Con relación a este último tema, participamos en el Programa de Logística Verde Brasil (PLVB), que trabaja la autonomía y capacitación de agentes logísticos en pro de la mejora de la eficiencia de la logística y del transporte de carga en Brasil para reducir la intensidad de las emisiones de contaminantes atmosféricos y de gases de efecto invernadero (GEI). A lo largo del año, promovemos con nuestros proveedores de logística acciones de concientización y capacitación enfocadas en renovación de flotas, dirección económica, mantenimiento preventivo y mejora de la gestión del indicador de consumo de combustible.

Hace 8 años nos mantenemos en el Índice Carbono Eficiente (ICO2) de B3 y respondemos voluntariamente el cuestionario del Carbon Disclosure Project (CDP), iniciativa liderada por inversionistas institucionales, como bancos, aseguradoras y fondos de inversiones, con el objetivo de aumentar la transparencia y gestión del tema. También hace ocho años efectuamos la publicación de nuestro inventario de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y desde 2014 es verificado por un tercero y recibe el sello *Gold* del programa brasileño *GHG Protocol*.

COMPENSACIÓN

Desde 2016, compensamos anualmente el 100% de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero del inventario del año anterior.

En 2018, compensamos el 100% de las emisiones relativas al inventario de 2017. La neutralización ocurrió mediante adquisición y jubilación^{****} de créditos de carbono del proyecto REDD+ Manoa, localizado en los municipios de Cujubim, Itapoã do Oeste y Porto Velho, Rondônia. Las actividades del proyecto contribuyen a la conservación de más de 73 mil hectáreas de la selva amazónica autóctona y su biodiversidad, promoviendo el desarrollo socio-económico local.

DESARROLLO DE PROVEEDORES DE LOGÍSTICA



En 2019, vamos a realizar un piloto con implantación de telemetría en un proveedor de logística dedicado que prevé el seguimiento electrónico central y en tiempo real de los datos de la flota, permitiendo ganancia de eficiencia y reducción del consumo de combustible. También haremos entrenamiento de *ecodriving* en el 100% de los conductores dedicados de la operación de Tiendas Renner. Estas acciones forman parte del plan para alcanzar nuestra meta de reducción de emisiones absolutas de GEI.

^{***}Con base en el inventario de emisiones de 2017

^{****}La jubilación significa que el crédito se retira definitivamente del mercado para compensar una emisión de carbono y no puede revenderse ni transferirse a otra empresa.

DESEMPEÑO EN 2018

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

Los últimos datos disponibles a la publicación de este informe, en febrero de 2019, eran referentes a 2017 y se presentan en la tabla al lado.

Desde el inventario de 2017, usamos dos abordajes para calcular las emisiones de alcance 2 -las resultantes de la electricidad comprada y consumida- para contabilizar separadamente las emisiones asociadas a la adquisición de fuentes de energías renovables del mercado libre.

TIPOS DE ABORDAJE PARA CÁLCULO DE LAS EMISIONES

1. Abordaje de localización: más usado por las empresas y más genérica. Se basa en la localización de las unidades consumidoras de energía y usa como factor de emisión la media de los factores de emisión de las diferentes fuentes de generación de electricidad que componen el Sistema Interconectado Nacional (SIN).
2. Abordaje de elección de compra: más específico. Usa un factor de emisión específico asociado a cada fuente de generación de electricidad que la Compañía eligió adquirir y consumir apoyando nuestra evolución hacia una matriz cada vez más renovable.

FUENTE DE EMISIÓN DE GEI (tCO ₂ e)	2015	2016	2017	2018
EMISIÓN ALCANCE 1				
Combustión estacionaria	146,1	189,1	137,2	97,0
Fuentes móviles	5,5	17,6	21,1	11,6
Equipos de refrigeración/aire acondicionado	3.300,1	5.077,9	5.474,3	3.234,7
TOTAL ESCOPO	3.451,8	5.284,7	5.632,8	3.343,3
EMISIÓN ALCANCE 2				
Electricidad comprada y consumida (localización)	23.531,8	14.098,2	17.883,1	13.091,8
Electricidad comprada y consumida	-	-	12.704,1	8.585,5
TOTAL ALCANCE 2 (LOCALIZACIÓN)	23.531,8	14.098,2	17.883,1	13.091,8
TOTAL ALCANCE 2 (ELECCIÓN DE COMPRA)	-	-	12.704,1	8.585,5
EMISIÓN ALCANCE 3				
Residuos Sólidos	294,3	270,7	489,5	223,6
Viajes de negocio	2.491,6	2.270,1	2.967,6	1.838,3
Transporte e distribuição (<i>upstream</i>)	7.080,0	14.889,9	16.944,3	20.562,5
TOTAL ALCANCE 3	9.865,9	17.430,7	20.401,5	22.624,3
TOTAL DE EMISIONES (en toneladas de CO ₂ e) - considerando alcance 2 por el abordaje de localización	36.849,4	36.813,6	43.917,5	39.059,389
TOTAL DE EMISIONES (en toneladas de CO ₂ e) - considerando alcance 2 por el abordaje de elección de compra	-	-	38.738,5	34.553,141
Intensidad de emisiones (tCO ₂ e/m ² del área de ventas)	0,069	0,063	0,068	

Alcance: Sede Administrativa, Centros de Distribución, Tiendas Renner, Youcom y Camicado.

AGUA

El mayor impacto ambiental del consumo de agua se da en nuestra cadena de suministro. Para minimizar este impacto, iniciamos un proyecto de diagnóstico de la gestión hídrica en nuestros proveedores de jeans en el que establecimos indicadores de gestión de agua buscando la reducción del consumo y la circularidad (obtenga más información en la **página 49**).

RESIDUOS

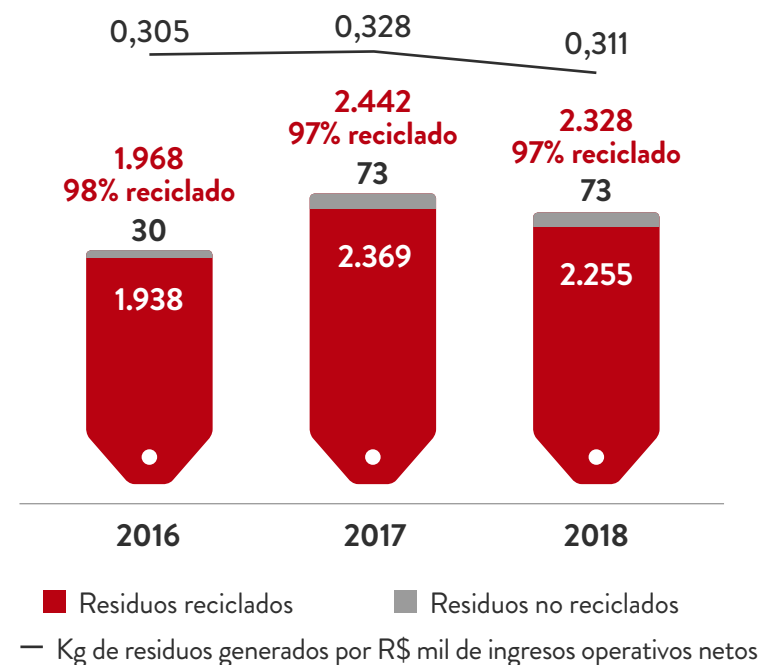
GRI 301-3, 306-2

En Renner, la gestión de residuos es orientada por el Programa de Gestión de Residuos Sólidos, adherente a la Política Nacional de Residuos Sólidos, y tiene como uno de los objetivos principales promover la gestión integrada de los residuos sólidos con foco en su re inserción en el ciclo de producción.

RECICLADO

En 2018, destinamos el 97% de las 2.328 toneladas de residuos generados a reciclado.

RESIDUOS GENERADOS Y DESTINO (TON)*



Del total de residuos enviados para reciclado, tenemos 56,3 toneladas de equipos de TI obsoletos que Renner, en alianza con una empresa que trabaja con el modelo de economía circular, destinó a la reintroducción a la cadena de producción.

Además del impacto ambiental positivo, este proyecto también genera valor social, ya que el 5% del valor total de los lotes de equipos de TI descartados por Renner fueron revertidos en seis equipos reacondicionados entregados a una organización social para uso en comodato.

CAMICADO

En 2018, la gestión de residuos en Camicado pasó a ser orientada por el nuevo Manual de Gestión de Residuos de las Tiendas de Camicado.

En el año, también iniciamos un trabajo piloto de reciclado de residuos de papel, cartón y plástico en el Centro de Distribución de Camicado, que resultó en el envío de 152.310 toneladas de residuos a reciclado. Con el proyecto, cerramos el ciclo del cartón, que, después de reciclado, regresó a nuestra operación siendo usado en las cajas del e-commerce de Camicado.

* Este total considera residuos de Renner y Centros de Distribución monitoreados en kg y no incluye muebles descartados en las reformas ni residuos orgánicos.

Adicionalmente, algunas tiendas de Renner les ofrecen a los clientes el servicio EcoEstilo de logística reversa de ropa posconsumo. Obtenga más información en la **página 50**.



PRODUCTOS Y SERVICIOS SOSTENIBLES

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 102-14

ESCENARIO

MAIS DE
12 MILLONES
de piezas menos impactantes en 2018.

9,3 MILLONES
de piezas con algodón certificado en el año.

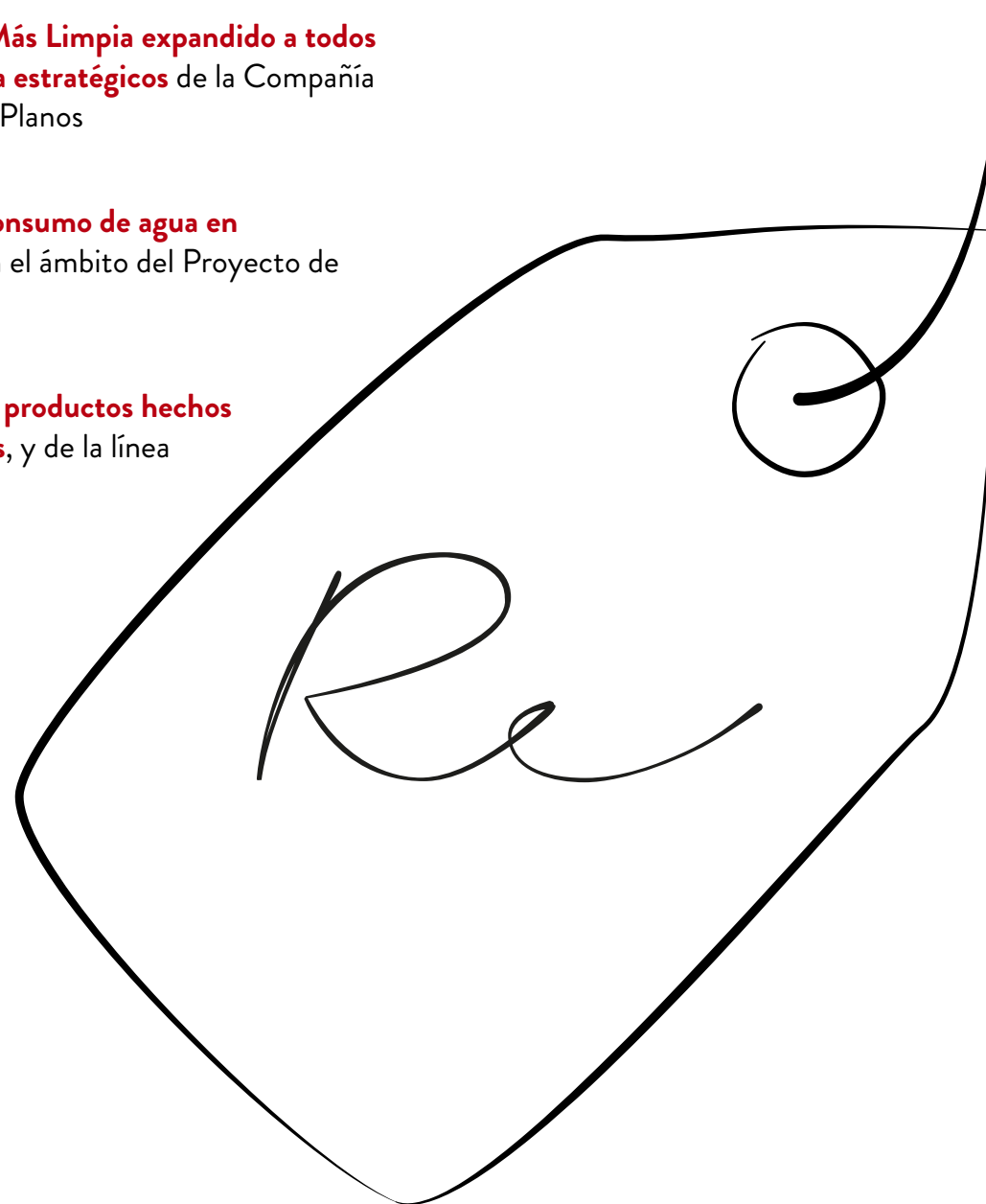
8,9% de productos menos impactantes en 2018 y meta del **80%** antes de **2021**.

700 TONELADAS
de sobras de telas reinseridas a la cadena de producción, el equivalente al 51% de los residuos de proveedores estratégicos que dejaron de ir a vertederos

249 KG DE ROUPA
(en 2017 y 2018) y **36,1 toneladas** de embalajes de perfumería colectadas en el servicio EcoEstilo

EVOLUCIÓN EN 2018

- Proyecto de **Producción Más Limpia expandido a todos los proveedores de reventa estratégicos** de la Compañía en Jeans, Tejidos y Tejidos Planos
- Inicio del **monitoreo del consumo de agua en proveedores de reventa** en el ámbito del Proyecto de Producción más Limpia
- Lanzamiento de **Re Jeans, productos hechos a partir de jeans reciclados**, y de la línea Re Accesorios hechos con maderas recicladas de obras
- Ampliación del **servicio de logística reversa de ropa de 15 a 65 tiendas Renner**



Entendemos que para ofrecer productos y servicios menos impactantes debemos contribuir a la evolución de compromisos, procesos y prácticas en toda la cadena involucrada en el ciclo de vida de los productos, estimulando iniciativas en la cadena de proveedores, en nuestra operación y en los hábitos de consumo y descarte de nuestros millones de clientes.

Por eso, analizamos continuamente el impacto ambiental de los productos y desarrollamos soluciones en conjunto con los proveedores de reventa para:

- Ampliar el uso de materias primas con menor impacto socio-ambiental
- Cerrar el ciclo de los productos, reduciendo el consumo de materia prima y el descarte de residuos

PRODUCTOS MENOS IMPACTANTES

En 2018, produjimos más de 12 millones de piezas con materias primas y procesos menos impactantes, que representan aproximadamente el 9% del total de productos en el año, e involucramos a nuestros clientes en este concepto con colecciones especiales, presentadas en el capítulo Participación, **página 51**.

Con el lanzamiento del sello **Re Moda Responsable**, declaramos nuestro compromiso público para elevar este porcentaje al 80% de los productos hechos con materias primas y procesos menos impactantes antes de 2021.

En línea con este compromiso, los equipos de productos tuvieron metas de creación de productos menos impactantes vinculadas a su remuneración variable en el año.

De todas las fibras textiles utilizadas en el mundo en el sector, las de origen vegetal -como algodón, liocel y viscosa- corresponden a un tercio; el algodón equivale al 90% de este grupo. Las otras fibras sintéticas y animales representan los otros dos tercios según el informe Pulse of the Fashion Industry de 2018. Siendo así, iniciativas que precian un proceso productivo de algodón más sostenible tienen gran potencial de impacto positivo.

PRODUCCIÓN SOSTENIBLE DE MATERIAS PRIMAS

ALGODÓN CERTIFICADO

Uno de los materiales priorizados por la Compañía para reducir los impactos de materias primas es el algodón certificado por la *Better Cotton Initiative* (BCI), organización global sin fines de lucro que evalúa el proceso productivo del algodón en criterios de respeto a los derechos laborales en la cadena; uso consciente del agua, productos químicos y defensivos agrícolas; y preservación de la salud del suelo y de los hábitats.

En 2018, se produjeron **más de 9 millones** de piezas infantiles, femeninas y masculinas con algodón certificado, superando la meta estipulada del 15% de algodón certificado en los productos hechos de algodón.

Inicialmente, en 2017, definimos la meta de alcanzar el 50% de productos de algodón con algodón certificado antes de 2020. En 2018, ampliamos esta meta al 100% de algodón certificado antes de 2021.

LIOCEL

El liocel es una fibra vegetal, ecológica y biodegradable hecha a partir de la celulosa de madera de bosques de manejo sostenible. Su producción requiere un menor uso de productos químicos y su origen está garantizado por institutos de certificación.

En 2018, se produjeron 311.838 piezas con liocel, el 61% más que 2017.

ALCHEMIA BIO

Nuestra marca propia de perfumería y cosméticos ofrece la línea Bio con productos de bajo impacto en el medio ambiente, un concepto orgánico y natural.

Todos los productos de cosméticos de la línea están certificados con el sello biodegradable, contienen una media del 90% de ingredientes naturales y sus derivados, no contienen ningún componente de origen animal y tampoco son probados en animales. En los productos para casa, trabajamos con la vela desarrollada con cera ecológica.

Adicionalmente, todos los embalajes de la línea Bio llevan el sello FSC, sistema de certificación forestal internacionalmente reconocido que identifica productos originados en el buen manejo forestal que evita deforestaciones.

Este año, incluimos en los productos una etiqueta de papel semilla para reforzar el posicionamiento de la línea y despertar el interés del consumidor por iniciativas sostenibles.

“Tenemos una sólida gestión para minimizar los impactos ambientales de las piezas que producimos en los frentes de energía renovable, reducción del consumo y reúso de agua, reducción y reaprovechamiento de residuos, eliminación de productos tóxicos y uso de algodón orgánico. Con esto, podemos ofrecer productos con apelo cada vez más sostenible, que, además de generar lindas piezas, son benéficos para el medio ambiente y generan ganancias financieras.”

ELENIR BONONOMI
Gestora de Negocios de
DDX Têxtil, Provedora de
Reventa de la Compañía

LANZAMIENTOS DE PRODUCTOS SOSTENIBLES



Con lo aprendido a lo largo de los años, venimos construyendo una cartera cada vez mayor y diversificada de productos menos impactantes. Conozca a continuación los principales pilotos de 2018 y sepa más sobre la participación y sensibilización de clientes sobre estos proyectos en la **página 51**.

LANZAMIENTO DE PRODUCTOS PILOTO CON MATERIAS PRIMAS MENOS IMPACTANTES

- Piezas con poliamida biodegradable, tejido que se degrada en tres años en vertederos sanitarios, mientras que la poliamida común demora 50 años.
- Piezas con uso de MODAL, fibra de origen vegetal que sigue rígidos estándares ambientales durante su extracción y fabricación.
- Piezas con uso de viscosa certificada de acuerdo con los parámetros del informe Canopy Style*, hecha a partir de fibras vegetales con manejo sostenible y proceso de producción con reducción de impacto ambiental en agua y emisiones.

** El informe Canopy Style clasifica a los principales productores de viscosa del mundo en su progreso en la eliminación del uso de bosques amenazados de extinción fuente de materia prima.*

LANZAMIENTO DE PRODUCTOS PILOTO CON MATERIAS PRIMAS RECICLADAS

- Accesorios hechos con el reaprovechamiento de madera de demolición
- Calzados con suela y tejidos reciclados
- Jabones con embalaje producido con sobras de tejidos de colecciones

LANZAMIENTO DE PRODUCTOS PILOTO CON PROCESOS MENOS IMPACTANTES

- Biquinis *Upcycling*, hechos con la reinserción creativa en el ciclo de producción de materias primas que serían descartadas.



MATERIAS PRIMAS RECICLADAS

Las materias primas recicladas son las originadas a partir de sobras y residuos textiles y plásticos (PET), que pasan por procesos de desfibrado y se transforman en nuevo hilado para la producción de nuevas piezas.

En 2018, produjimos **2,7 millones** de piezas con materias primas recicladas, el **65% más** que el año anterior.

QUÍMICOS

Nuestra estrategia es actuar de forma preventiva en la cadena de valor teniendo como objetivo eliminar posibles sustancias químicas restringidas de nuestros productos. Para eso, adoptamos la MRSL (Manufacturing Restricted Substances List), sigla en inglés para lista de sustancias restringidas en la Manufactura de ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals), sigla en inglés para cero descarte de químicos peligrosos.

En 2017, realizamos un prediagnóstico en los productos que nos proporcionó medios para, en 2018, iniciar una etapa de sensibilización y compromiso de toda la cadena de valor nacional con el fin intuito de eliminar posibles sustancias restringidas prioritarias antes del fin de 2020 siguiendo los Requisitos de Gestión de Productos Químicos desarrollados por Lojas Renner S.A. En los proveedores internacionales, en 2018 iniciamos la etapa de sensibilización con las tradings, empresas intermediarias entre los fabricantes y los compradores en operaciones de exportación o importación, que será desdoblada en 2019 para sus proveedores.

MODA CIRCULAR

MEJORA DE PROCESOS

EVALUACIÓN DEL CICLO DE VIDA (ACV)

Conocer el impacto ambiental del producto en todo su ciclo de vida es fundamental para desarrollar procesos menos impactantes y estimular hábitos de uso más sostenibles. Por eso, en 2015 y 2016, en alianza con el Centro de Estudios de Sostenibilidad (GVCes), realizamos el proyecto piloto de ACV de un jean básico femenino vendido en nuestras tiendas bajo la óptica de la huella hídrica y de la huella de carbono de este producto “de su nacimiento hasta su muerte” -su consumo de agua y su generación de emisiones de CO₂ desde la materia prima hasta el descarte final por parte del consumidor.

Estos estudios fundamentan la construcción del Proyecto Producción Más Limpia, presentado a continuación, que posibilitó el lanzamiento de Re Jeans, primera colección con jeans reciclados hecho con hilado reaprovechado de las sobras de tela (Obtenga más información sobre Re Jeans en el capítulo Participación, **página 61**).

En este sentido, para evaluar la reducción de impacto en el ciclo de vida alcanzada con Re Jeans, en 2018 hicimos la ACV del jeans reciclado de la cuna a la cuna con el apoyo de la USP y con verificación de tercero independiente desde la materia prima inicial hasta su reinserción en el ciclo para comparar el impacto de su ciclo de vida con relación al impacto del hilado tradicional de algodón jean virgen.

La ACV comparativa del jean hecho con materia prima reciclada frente al jean convencional demostró que utilizar desfibrado de jeans reduce el potencial de impacto en casi todas las categorías de impacto estudiadas:

COMPARACIÓN DEL IMPACTO DEL RE JEAN VS. JEAN CONVENCIONAL	
Uso de la tierra	-44,51%
Calentamiento global	-36,72%
Eutrofización*	-37,89%
Huella hídrica	-43,75%
Salud humana	-42,22%

*Crecimiento excesivo de plantas acuáticas para niveles que afecten el uso normal y deseable del agua.

Los números presentados se refieren al impacto generado por un jean en todo su ciclo de vida: de la extracción de la materia prima hasta el descarte final o hasta su reinserción en el ciclo de producción, en el caso de Re Jeans.

A partir de lo aprendido con Re Jeans y con la expansión del proyecto Producción más Limpia a otras cadenas, estamos estudiando la creación de una colección Re Tejido para el año que viene.



PRODUCCIÓN MÁS LIMPIA (P+L)

Desde 2017, en alianza con la Universidad de São Paulo (USP), desarrollamos junto con los proveedores de reventa de Renner y Youcom de las cadenas de tejido, jeans y tejidos planos, el proyecto de Producción Más Limpia (P+L) para la mejora de procesos de confección, reduciendo así la generación de residuos textiles y fomentando el uso de las sobras de telas de la producción para generar nuevas piezas.

En el primer ciclo del proyecto, el año pasado, actuamos junto a seis proveedores de la cadena de jeans y tejidos y alcanzamos la reducción del descarte de 388 toneladas de residuos y el lanzamiento de la 1ª colección con jeans reciclados: Re Jeans (obtenga más información en la **página 61**).

Este segundo año, expandimos el foco del proyecto y el volumen de participantes:

- En reducción de la generación de residuos textiles, pasaron a participar en el proyecto todos los proveedores estratégicos de reventa de la cadena de jeans, tejido y tejidos planos.

Con las mejoras de procesos en la etapa de corte de las telas, dejaron de generarse 47 toneladas de residuos textiles en 2018.

- En el nuevo foco, con relación a la gestión del consumo de agua, comenzamos a implementar en dos proveedores de jeans un diagnóstico de la gestión hídrica para, a partir del establecimiento de indicadores de desempeño ambiental, huella hídrica y circularidad de aguas, promovimos mejoras en la gestión y reducción del consumo de agua en el proceso de producción.

El desafío para los próximos años es transformar las mejoras capturadas en procesos replicables para que Producción Más Limpia sea incorporada a la rutina de los proveedores y la reducción de residuos se amplíe de manera orgánica.

CADENA REVERSA

El proyecto P+L también contribuye y fomenta el desarrollo de una cadena reversa que recolecta y recicla los residuos para destinarlos a otros segmentos (hilos para artesanías, relleno para acolchados, aislamiento térmico y acústico para la industria automotriz). En 2017, habían sido recolectadas 388 toneladas de residuos textiles de proveedores.

En 2018, **700 toneladas**, equivalentes a unos 270 camiones de residuos*, dejaron de ser destinadas a vertederos y tuvieron nuevas utilidades mediante reciclado o reúso.

Actualmente, tres cuartos de todo el material procesado a lo largo de la cadena de valor de la moda se pierden en vertederos, lo que equivale a un camión de basura de productos textiles por segundo* de acuerdo con el informe Una nueva economía de textiles: rediseñando el futuro de la moda, de la Ellen McArthur Foundation. Por eso, iniciativas de reducción de la generación de residuos y reúso y reciclado para un nuevo ciclo de vida son esenciales para reducción del impacto negativo del sector.

* Considerando una media de 2,6 toneladas (densidad media de un fardo de residuos textiles de 150 kg/m³ y un camión con volumen de 17,5 m³)

“La preocupación con la escasez de agua en el planeta y los impactos ambientales y sociales son factores que impulsaron a la empresa a desarrollar proyectos sostenibles de gestión de agua y residuos sólidos en alianza con las Tiendas Renner.

El proyecto de reducción de recursos hídricos consiste en el uso de ciclo cerrado de agua a través de rigurosos tratamientos de efluentes industriales. El agua que antes era retirada de la naturaleza, tratada y descartada nuevamente después de uso en la lavandería actualmente es tratada y regresa a nuestro proceso industrial, por lo que no es necesario captar recursos naturales y después descartarlos a la naturaleza.

El proyecto Re Jeans fue creado para primeramente disminuir el desperdicio y los residuos generados por el corte de telas. Como no es posible cerrar este indicador, la empresa en conjunto con Renner encontró aliados para hacer que este deseo se convirtiera en realidad. Entonces, los residuos que antes tenían como destino vertederos hoy regresan a la empresa en forma de tela y nos permiten generar nuevos negocios creando colecciones de jeans sostenibles: Re Jeans.”

CLAUDIO BALLEI JUNIOR

**Socio Propietario de Ease Indústria e Comércio de Confecções LTDA.
Provedora de Reventa de la Compañía**

SERVICIOS POSCONSUMO

GRI 301-1

LOGÍSTICA REVERSA

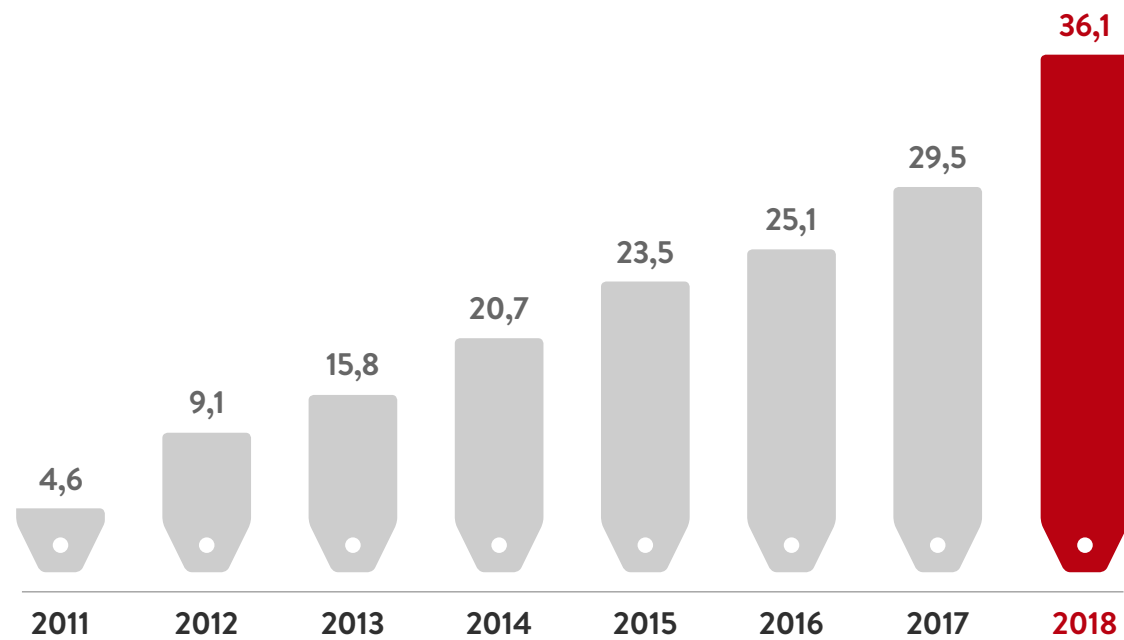
EcoEstilo es el servicio de logística reversa que ofrecemos a los clientes de Renner en dos categorías: perfumería y ropa.

Para residuos de perfumería y belleza, desde 2011, ofrecemos en las tiendas un recolector donde los clientes y colaboradores pueden descartar embalajes y frascos, aunque no hayan sido adquiridos en Renner. Los residuos recolectados reciben el destino ambientalmente correcto, con lo que se evita la contaminación del medio ambiente.

Para piezas de ropa que ya no tienen más utilidad para nuestros clientes, compradas en las tiendas de Renner o no, ofrecemos desde 2017 un servicio de recolección.

En 2018, el servicio fue ampliado de las 15 tiendas piloto a 50 tiendas más, totalizando así 65 tiendas en 21 estados. En total, en los dos años se recolectaron 249 kg de ropa, que serán destinados a reciclado por medio del proceso de desfibrado o a reúso por *upcycling* o donación.

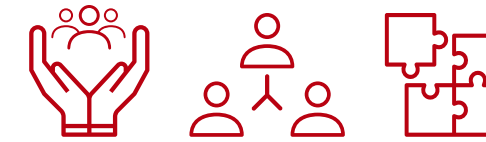
RESIDUOS RECOLECTADOS POR ECOESTILO DE PERFUMERÍA (TON.)



¿CÓMO FUNCIONA ECOESTILO DE ROPA?



INVOLUCRAR A COLABORADORES, COMUNIDADES Y CLIENTES



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

ESCENARIO

DIVERSIDAD

40% % DE MUJERES EN EL ALTO LIDERAZGO DE LA COMPAÑÍA

116 horas de capacitación/colaborador

DESARROLLO SOCIAL

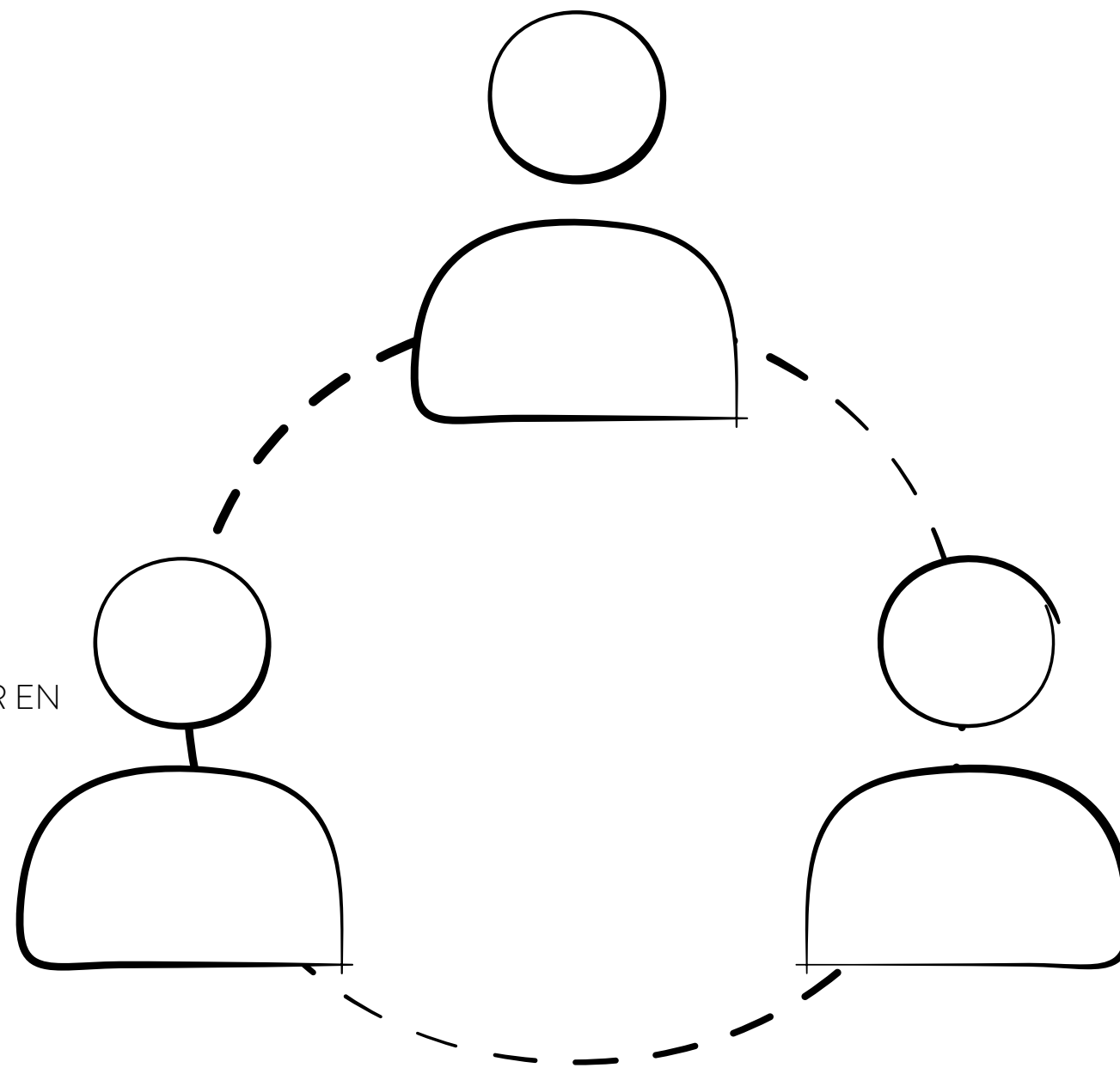
R\$ 8,8 MILLONES

INVERTIDOS POR EL INSTITUTO TIENDAS RENNER EN

51 PROYECTOS CON **11.800** PERSONAS BENEFICIADAS

ENCANTAMIENTO

95% CLIENTES MUY SATISFECHOS Y SATISFECHOS



EVOLUCIÓN EN 2018

- Reposicionamiento y relanzamiento de la **Universidad Renner**
- **Lanzamiento del Sello Re Moda Responsable**, que acompaña productos de Renner producidos a partir de materia prima y procesos menos impactantes
- Acciones de educación y comunicación para participación de colaboradores y proveedores sobre sostenibilidad
- Participación de los clientes para consumo consciente con campañas de lanzamiento y comunicación sobre líneas de productos más sostenibles
- Creación de un nuevo programa del Instituto Tiendas Renner para promover el emprendorismo para mujeres de baja renta: **Emprendedoras de la Moda**

CULTURA DE ÉTICA Y SOSTENIBILIDAD

ÉTICA

GRI 102-16, 412-2, AF1, AF2, AF4

Lojas Renner S.A. cree que mantener relaciones éticas en toda la cadena de valor es indispensable para la sostenibilidad del negocio.

Por eso, para orientar, aclarar y formalizar el camino a recorrer, asegurando así la conducta ética en nuestras relaciones cotidianas con todos nuestros públicos, contamos con el **Código de Conducta para Colaboradores**, publicado desde 1995 y con actualización más reciente en 2018 por medio de la revisión de especialistas externos y de un equipo interno multidisciplinario.

En el año, también publicamos nuestro **Código de Conducta para Proveedores** para detallar y profundizar las conductas, los valores y los principios que esperamos de nuestros proveedores.

ADHESIÓN

Los colaboradores se adhieren al Código de Conducta en el momento de contratación y siempre que el documento es actualizado. Los proveedores, a su vez, se comprometen con el Código en el proceso de homologación y su cumplimiento es monitoreado (obtenga más información en la **página 33**).

SENSIBILIZACIÓN

En 2018, capacitamos a 17,8 mil (79,8% del total) colaboradores sobre el código, lo que totalizó 157,9 mil horas de capacitación.

Para los proveedores de reventa, realizamos tres eventos en que presentamos el Código de Conducta en las ciudades de Porto Alegre (Rio Grande do Sul), São José (Santa Catarina) y São Paulo (São Paulo) a alrededor de 240 proveedores. Para los proveedores administrativos, realizamos un taller; los proveedores de construcción civil y logística y los demás recibieron la comunicación sobre el código por *e-mail*.

ORIENTACIONES Y DENUNCIAS

Los Canales de Denuncia -por carta, teléfono, *e-mail* y sitio web institucional- son divulgados en los Códigos y continuamente por medio de acciones de comunicación para los públicos interno y externo.

Todas las denuncias recibidas son tratadas con sigilo, confidencialidad e imparcialidad por un equipo especializado y capacitado para conducir esos casos. Las investigaciones de denuncias sobre asuntos contables son conducidas por el área de Auditoría y las demás, por el área de *Compliance*.

COMBATE A LA CORRUPCIÓN

GRI 205-1, 205-2, 205-3, 412-2, 415-1, AF17

Orientamos nuestras acciones de combate a la corrupción por la Política Anticorrupción, instituida en 2014 cumpliendo con la Ley Anticorrupción y actualizada en 2018, que explicita prácticas y principios que deben ser seguidos por colaboradores, aliados y terceros.

Desde 2017, la gestión del tema es conducida por el área de *Compliance* Corporativo, responsable del mapeo de riesgos de toda la operación y de apoyar la elaboración de planes de acción para riesgos identificados, lo que ha proporcionado mayor consistencia, foco y efectividad, garantizando así el monitoreo continuo del tema teniendo como objetivo su perfeccionamiento. En 2018, no identificamos ningún riesgo significativo.

Todos los años, trabajamos la capacitación y el entrenamiento de nuestros colaboradores en nuestras prácticas anticorrupción:

Acciones de sensibilización y capacitación en 2018

- Capacitaciones para cerca de 1.007 líderes de tiendas;
- Capacitación para 756 líderes en formación;
- Capacitación para 133 colaboradores administrativos que tienen interacción directa con agentes públicos;
- Capacitación para 110 colaboradores del equipo de productos, que tienen relación directa con prácticas comerciales de contratación de nuestros proveedores de reventa;
- Capacitación presencial sobre combate a la corrupción para aproximadamente 62 proveedores;
- Capacitación presencial para los Directores y Consejeros para demostrar el compromiso de la Alta Administración sobre el asunto; y
- Acciones de comunicación en el Día Internacional de Combate a la Corrupción, en diciembre, para aproximadamente 8 mil colaboradores y publicación de la “Guía Práctica de Relaciones con Agentes Públicos” disponible en la Base de Conocimiento en nuestra intranet con buenas prácticas para promoción de la ética y combate a la corrupción en las relaciones con agentes públicos.

Como resultado de nuestras acciones, no tuvimos casos de corrupción que involucraran a Tiendas Renner en 2018.

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Cada vez más relevante en la seguridad de la información es una sociedad contemporánea frente a la conectividad creciente proporcionada por la internet. En nuestro negocio, que tiene gran alcance de público y acceso a datos confidenciales, la Seguridad de la Información es uno de los pilares del negocio y parte de los compromisos fundamentales del Código de Conducta.

Trabajamos la mitigación de riesgos cibernéticos y la protección de datos de clientes e información sensible por medio de una sólida estructura de gestión:

ESTRUCTURA Y POLÍTICAS

- Política de Seguridad de la Información formal que rige los principios éticos de sigilo y privacidad a ser observados.
- Área de Seguridad de la Información estructurada.
- Comité Corporativo de Seguridad de la Información multidisciplinaria compuesto por profesionales de las áreas de Gente y Desarrollo, Departamento Jurídico, Tecnología de la Información, Auditoría Interna y Prevención de Pérdidas, además de la propia área de SI.

PROTECCIÓN CONTRA ATAQUES CIBERNÉTICOS

Tenemos diversos procesos para proteger a la Compañía del riesgo de ataque e intrusión

por parte de hackers (o crackers) que tiene tres macroestructuras principales de operación calzadas en empresas aliadas especializadas:

- SOC (*Security Operation Center*) orientado a la protección del perímetro de internet, correlación de eventos y respuesta a incidentes;
- *Ethical Hacking* con pruebas de intrusión resultantes en el ambiente; y
- *Brand Protection*, orientado al monitoreo de las principales marcas de Lojas Renner S.A. en internet.

PROTECCIÓN DE LOS DATOS DE LOS CLIENTES

Con relación al riesgo de fuga de información, tenemos gran foco en la protección de los datos de los clientes: somos recertificados anualmente en el PCI DSS (*Payment Card Industry Data Security Standard*) desde 2012, estándar de las banderas para protección de datos de tarjetas de crédito y débito. Usamos técnicas de protección de datos en las bases de datos y funcionalidades de DLP (*Data Loss Prevention*) activas para el monitoreo y la prevención de la fuga de datos sensibles. Actualmente, estamos enfocados en la adecuación a la LGPD (Ley General de Protección de Datos), que entrará en vigor en Brasil en febrero de 2020.

GESTIÓN DE IDENTIDADES Y ACCESOS

Tenemos una plataforma de gestión de identidades y accesos de colaboradores y empresas aliadas que

cubre los sistemas más relevantes y la gran mayoría de las cuentas de acceso. La plataforma utiliza premisas de matriz de accesos basadas en funciones (RBAC), *Single Sign-On* y procesos complementarios.

CONCIENTIZACIÓN PARA SEGURIDAD

Consideramos que nuestros colaboradores y aliados forman el eslabón más importante de la red de protección de la información, en línea con nuestro valor corporativo Gente. En este sentido, tenemos un programa corporativo dirigido a la educación y concientización sobre seguridad de la información. El programa cuenta con charlas de integración sobre seguridad de la información para nuevos colaboradores, curso virtual de seguridad de la información, campañas de educación sobre temas como cuidado con contraseñas, delitos cibernéticos y clasificación de la información, entre otros.

INSPIRACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD

La construcción de un modelo de negocios de menor impacto es diaria y comprende las acciones y toma de decisiones diarias de colaboradores de todas las áreas del negocio. Por eso, desarrollamos diversas iniciativas para diseminación y fortalecimiento de esta cultura.

En 2018, tuvimos un grande hito en la participación para la sostenibilidad. El evento de lanzamiento del Sello Re Moda responsable (obtenga más información en la **página 61**), que, para nuestro público interno, se realizó simultáneamente en nuestra sede y en todas las unidades, reforzando así la relevancia estratégica del Valor Sostenibilidad para la Compañía.

Conozca en los subcapítulos a continuación nuestra gestión de los temas prioritarios para la participación de nuestros colaboradores, clientes y comunidades sobre la sostenibilidad.


COLABORADORES

GRI 102-7, 102-8, 401-3, 405-1, 405-2


PERFIL DE DIVERSIDAD


COLABORADORES

LOJAS RENNER S.A.


 **22.334***
COLABORADORES
6,4% más que en 2017

BRASIL	21.885 (98,0%)
CENTRO OESTE	1.411 (6,3%)
NORDESTE	2.500 (11,2%)
NORTE	820 (3,7%)
SUDESTE	9.748 (43,6%)
SUR	7.406 (33,2%)
URUGUAY	416 (1,9%)
CHINA	33 (0,1%)

 **13.047 HASTA 29 AÑOS** (58,42%)
8.455 ENTRE 30 y 49 AÑOS (37,86%)
832 DE 50 AÑOS O MÁS (3,73%)

 **21.667 DE TIEMPO COMPLETO** (97,0%), de los cuales 14.144 son mujeres y 7.523, hombres
667 PARCIAL (3,0%), de los cuales 442 son mujeres y 225, hombres

 **14.586 MUJERES** (65,3%)

 **7.748 HOMBRES** (34,7%)

 **21.312 CON CONTRATO POR TIEMPO INDETERMINADO** (95,4%)

956 DETERMINADO (4,3%)

66 PASANTES

 **2.340 LIDERAZGO** (10,48%)

19.994 DEMÁS COLABORADORES (89,52%)

	CONSEJO	DIRECCIÓN	LIDERAZGO	COLABORADORES	MEDIA GENERAL
POR GÉNERO					
Mujeres	25,0%	33,0%	65,6%	63,0%	65,3%
Hombres	75,0%	67,0%	34,4%	37,0%	34,7%
POR EDAD					
hasta 29 años	0,0%	0,0%	26,1%	62,2%	58,4%
30-49 años	12,0%	50,0%	71,5%	33,9%	37,9%
50 años o +	88,0%	50,0%	2,5%	3,9%	3,7%
POR RAZA					
Amarilla	0,0%	0,0%	0,5%	0,6%	0,6%
Blanca	100,0%	100,0%	80,0%	60,3%	62,4%
Indígena	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
Parda	0,0%	0,0%	12,9%	24,7%	23,4%
Negra	0,0%	0,0%	5,3%	10,8%	10,2%
No informado	0,0%	0,0%	1,2%	3,5%	3,3%

*El total incluye considera también a los colaboradores apartados. Por tal motivo, difiere del total presentado en los Estados Financieros (21.376), que considera solamente a los activos.

Todos los colaboradores están cubiertos por acuerdos sindicales, cuyos derechos y obligaciones son aplicados a través de un sistema robusto de gestión. Para los acuerdos sindicales, la empresa dispone de un sistema de GED (Guarda Electrónica de Documentos) en el que almacena el 100% de dicho contenido.

LICENCIA MATERNIDAD

Licencias concluidas a 2018: **670**

Total de colaboradoras que regresan al trabajo después de la licencia: **600**

TASA DE REGRESO: 89,6%

LICENCIA PATERNIDAD

Licencias concluidas a 2018: **159**

Total de colaboradores que regresan al trabajo después de la licencia: **155**

TASA DE REGRESO: 97,5%

DIVERSIDAD EN LAS OPORTUNIDADES

En 2018, le dimos mayor visibilidad al tema de la diversidad y de la inclusión en la Compañía con la creación del área de Diversidad en abril de 2018.

Desde entonces, con el apoyo de una consultora externa especializada trabajamos en un diagnóstico interno para entender el perfil de diversidad de los colaboradores de Renner y realizamos un análisis sectorial de mejores prácticas y desafíos.

Con base en este diagnóstico, construiremos un plan de acción para estímulo a una cultura de diversidad en los próximos años. Este primer año, el foco fue en la promoción de un ambiente de trabajo y cultura inclusivos con relación a las personas con discapacidad por medio de las principales iniciativas presentadas a continuación:

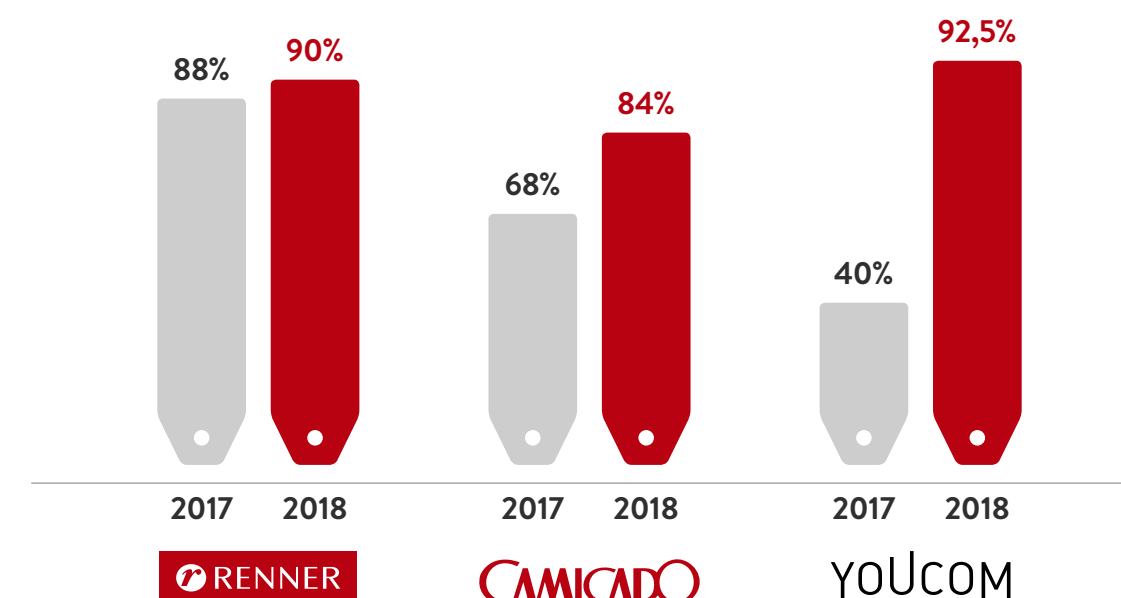
RENNER

- **AGENTES DE INCLUSIÓN:** en Renner, formamos el primer grupo de desarrollo de agentes de inclusión con siete colaboradores (dos líderes y otros cinco de diferentes categorías funcionales). Fueron cinco módulos a lo largo de seis meses preparando a estos colaboradores para que puedan multiplicar la cultura de inclusión en la Compañía.
- **CAPACITACIONES:** ofrecemos capacitaciones sobre diversidad e inclusión a los equipos de TI, División de Tiendas, Centro de Servicios Compartidos y Centros de Distribución.
- **SEGUIMIENTO:** el área de Diversidad hace un seguimiento cercano de las personas con discapacidad y de los gestores que tienen o tendrán alguna persona con discapacidad en su equipo para garantizar una efectiva inclusión.
- **ETIQUETA EN BRAILLE:** en noviembre, Renner lanzó una colección cápsula de tres remeras con estampas y etiquetas en Braille.

CAMICADO

- **Mes de la diversidad:** realizamos diversas actividades en septiembre para despertar la reflexión sobre qué es la inclusión de personas con discapacidad, además de dos capacitaciones con líderes y no líderes.
- **Joven Aprendiz:** en alianza con Derdic, escuela bilingüe orientada a la educación de niños y adolescentes con discapacidad auditiva, contratamos a 27 aprendices sordos, que pasaron por clases preparatorias para ingresar a nuestras tiendas en 2018 para iniciar sus actividades en 2019 con mayor autonomía.
- **Semana de la Diversidad:** en celebración del Día de la Persona con Discapacidad, realizamos charlas, dinámicas de sensibilización y ruedas de conversaciones para hablar sobre el asunto.

CUMPLIMIENTO DE LA CUOTA DE CONTRATACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD



APOYO AL DESARROLLO

GRI 404-1, 404-3

Les proporcionamos a todos nuestros colaboradores un ciclo de carrera estructurado conducido por el núcleo de Gente y Desarrollo con procesos y herramientas para apoyar su continua evolución:

- **Universidad Renner:** la Universidad Renner es una red de experiencias de aprendizaje que busca transformar conocimiento en encantamiento.

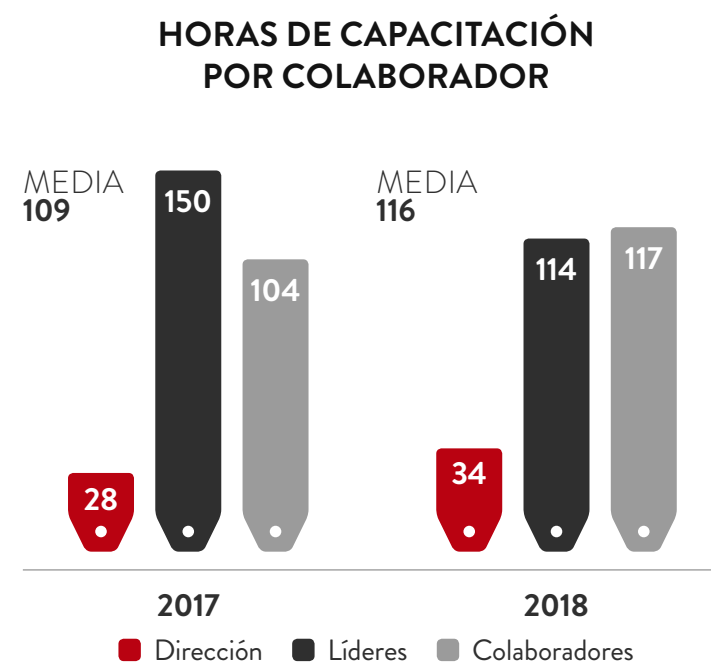
La Universidad cuenta con una plataforma moderna de aprendizaje y estimula redes de experiencias y conexión entre los colaboradores para potencializar el intercambio de conocimiento.

La base de formación se basa en los siguientes pilares: Liderazgo Inspirador, Cultura del Encantamiento, Gestión del Negocio, Sostenibilidad, Moda y Producto.

Se ofrecen recursos de aprendizaje en diferentes formatos, promoviendo cursos y capacitaciones *online* y presenciales con el objetivo de fortalecer a los líderes y el desarrollo de los equipos.

- **Modelo de educación corporativa:** basado en los pilares liderazgo inspirador, cultura del encantamiento, gestión del negocio, sostenibilidad, moda y producto- con cursos y capacitaciones *online* y presenciales y acciones dirigidas al fortalecimiento de líderes y desarrollo de los equipos.

- En 2018, realizamos una evaluación de competencias al 91% de los colaboradores elegibles de Renner, Camicado y Youcom evaluados, del cual el 65% era de mujeres y el 35%, de hombres, el 71% de colaboradores y el 29% de líderes.
- Realización de Planes de Desarrollo Individuales (PDIs) con acciones basadas en el modelo de aprendizaje 70/20/70 (70% acciones *on the job*, 20% acciones de intercambio de conocimiento y compartir y 10% acciones formales de capacitación).

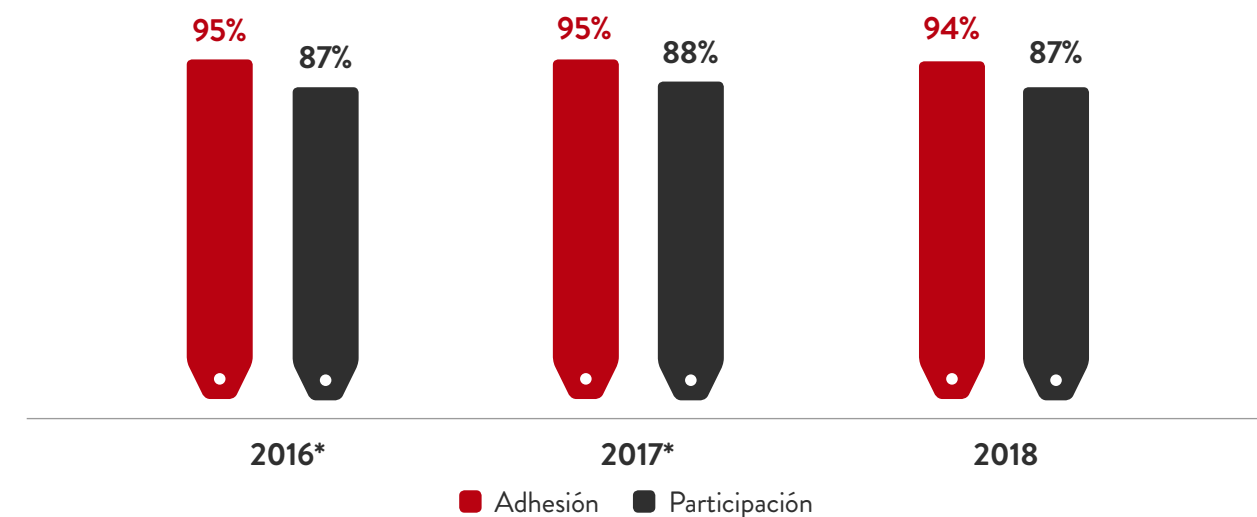


PARTICIPACIÓN

En línea con nuestro Valor corporativo “Gente”, invertimos en el establecimiento de un clima favorable en el ambiente de trabajo en el que las personas se sientan valorizadas y reconocidas, lo que apoya nuestro objetivo de atraer y mantener a los mejores talentos. Anualmente, la encuesta de participación voluntaria y anónima con todos los colaboradores de Renner y Camicado nos ha mostrado que estamos en el camino correcto.

En 2018, el índice de participación consolidada de Renner y Camicado fue del 87%, con adhesión del 94%, diferenciales en el mercado minorista nacional e internacional.

ENCUESTA DE PARTICIPACIÓN



*Los valores consideraban solamente las tiendas de Renner, ya que los datos de Camicado se calculaban separadamente. En 2018, el valor consolida los dos negocios.

APOYO A LAS COMUNIDADES

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

Nuestra operación como minoristas de moda no genera impactos negativos en las comunidades de los alrededores de nuestras tiendas. Nuestro foco en la gestión de estas relaciones es, por lo tanto, ejercer nuestro potencial de alcance de millones de personas para generar desarrollo para la sociedad.

Hace 10 años, el Instituto Tiendas Renner realiza la gestión de nuestra inversión social privada a partir de recursos de incentivo fiscal y de recursos propios del presupuesto de Lojas Renner S.A.

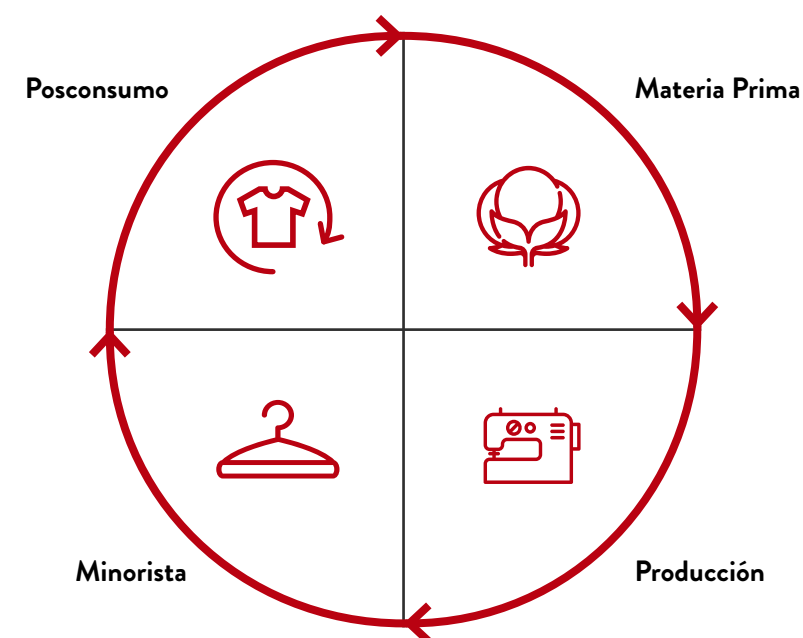
Los recursos propios, desde el inicio de la actuación del Instituto, provenían de la “Campana Más Yo”, que preveía durante cuatro días de agosto la reversión del 5% de las ventas netas exentas de impuestos al Instituto Tiendas Renner.

En 2018, la campaña fue reformulada y dio origen al Movimiento Todas Avanzan Juntas, que, además de recaudar R\$ 2,5 millones en agosto, pasó a promover acciones periódicas de recaudación y de participación de clientes en línea con la misión del Instituto Tiendas Renner.

PROYECTOS APOYADOS

Los proyectos apoyados están alineados con los diferentes eslabones de la cadena textil de la moda de manera que unen la generación de valor a las personas y organizaciones beneficiadas a la construcción de nuestro objetivo estratégico de Moda Responsable. Conozca los principales proyectos a continuación:

INSTITUTO TIENDAS RENNER - 2018



CARTERA DE PROYECTOS

Empoderamiento de mujeres				
Empoderando refugiadas				
Mujeres en la cadena del algodón orgánico				
Emprendedoras de la moda				
Gestión de talleres de costura				
Ecosistema de moda sostenible				

EMPODERAMIENTO DE MUJERES

Desde 2008, los proyectos de generación de empleo y renta para mujeres en situación de vulnerabilidad fueron el gran foco del Instituto. Con el cambio de la misión, en 2016 se instituyó una alianza entre el Instituto Tiendas Renner, Lojas Renner S.A. y ONU Mujeres para apoyar iniciativas de grupos productivos orientadas a la igualdad de género y la generación de renta en la cadena de valor de la industria textil.

EMPRENDEDORAS DE LA MODA

Creado en 2018, este programa promueve la capacitación técnica y de gestión de mujeres de baja renta para que emprendan en la creación, ampliación o profesionalización de sus negocios en la cadena textil. Con duración de 12 meses, el programa prevé formación con relación a los diferentes saberes necesarios para una emprendedora:

- Requisitos de sostenibilidad, calidad de productos y conformidad social
- Cadena de producción
- Contratación
- Controles financieros
- Productividad
- Precificación, ventas y divulgación
- Capacitación técnica en costura industrial o técnicas de *upcycling*
- Competencias (protagonismo, liderazgo, inteligencia emocional, cooperación e independencia financiera)

Emprendedoras de la Moda se desarrolla en seis ciudades de Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo y Rio de Janeiro, y prevé la capacitación de 520 mujeres en los primeros grupos que concluirán la formación en 2019.

EMPODERANDO REFUGIADAS

Como parte de la alianza con la ONU Mujeres, el Instituto brinda capacitación profesional a mujeres refugiadas en São Paulo, desde 2016, y en Rio de Janeiro y Belo Horizonte, a partir de 2018, por medio de la alianza con centros de formación que tienen cursos en el área de costura y de atención y venta minorista para prepararlas para entrar al mercado de trabajo brasileño.

Los cursos también contemplan el desarrollo de habilidades comportamentales como autoconfianza, trabajo en equipo y cuestiones relacionadas con la cultura brasileña, salud y seguridad en el trabajo, además de brindar la oportunidad de contacto con gerentes de Renner, de Camicado y de Youcom, y visitas a las tiendas para que conozcan el funcionamiento y la rutina del mercado minorista brasileño.

En 2018, duplicamos el número de refugiadas capacitadas y formamos a 120 alunas, de las cuales 35 fueron hechas efectivas en los negocios de Lojas Renner S.A.: Renner, Camicado y Youcom. Desde el inicio del proyecto, ya fueron 240 refugiadas capacitadas.

“El proyecto Empoderando Refugiadas fue creado en noviembre de 2015 por el GT Derechos Humanos de la Red Brasil del Pacto Global en alianza con ACNUR y ONU Mujeres. Este proyecto reunió un grupo de mujeres refugiadas y solicitantes de refugio con el objetivo de proporcionarles medios para su empoderamiento económico mediante charlas sobre orientaciones de los derechos y ciudadanía, mercado de trabajo y emprendedorismo, además de conexiones con potenciales empleadores.”

Varias empresas participaron y promovieron los derechos de estas mujeres a partir de la contratación, promoción de conocimiento y oportunidades profesionales y educativos. El proyecto es ejecutado con el apoyo de empresas y organizaciones aliadas. Renner es una de las organizaciones que se involucraron desde el inicio del proyecto creyendo en todo su potencial. Además de apoyar el proyecto, la empresa también ofrece a las participantes una oportunidad de participar en un curso en el Centro São José en el área de costura, de atención y venta al mercado minorista. Por último, la empresa también se movilizó y contrató participantes del proyecto.”

GABRIELA ALMEIDA

Asesora de Derechos Humanos de la Red Brasil del Pacto Global

MUJERES EN LA CADENA DEL ALGODÓN ORGÁNICO

Proyecto de calificación profesional de mujeres quilombolas productoras rurales de tres comunidades en Minas Gerais para mejora en los procesos de producción en el cultivo del algodón orgánico con certificación participativa.

En 2018, el proyecto involucró a unas **300 familias**.

ECOSISTEMA DE LA MODA SOSTENIBLE

El Instituto apoya el proyecto, que reúne a un conjunto de investigadoras, emprendedores, colectivos y marcas con el objetivo de colaborar con la producción y el consumo de moda sostenible en Rio Grande do Sul. El Ecosistema se desarrolla mediante un proceso cocreativo de *design* capaz de estimular las relaciones entre los diferentes actores, así como incentivar y valorizar el crecimiento de la producción local.

“El proyecto contribuye al fortalecimiento de las comunidades de migrantes para que conozcan sus derechos y tengan la posibilidad de una inclusión socio-económica efectiva en Brasil, y por la búsqueda de una inserción en el sector textil en condiciones de trabajo decente.

También colabora al fortalecimiento de la política pública y de la red de apoyo a los migrantes y, por último, inspira a dueños de pequeños talleres a regularizar sus negocios y mejorar su ambiente de trabajo, propiciando así bienestar y protección a sus trabajadores.”

ANTONIO CARLOS DE MELLO ROSA

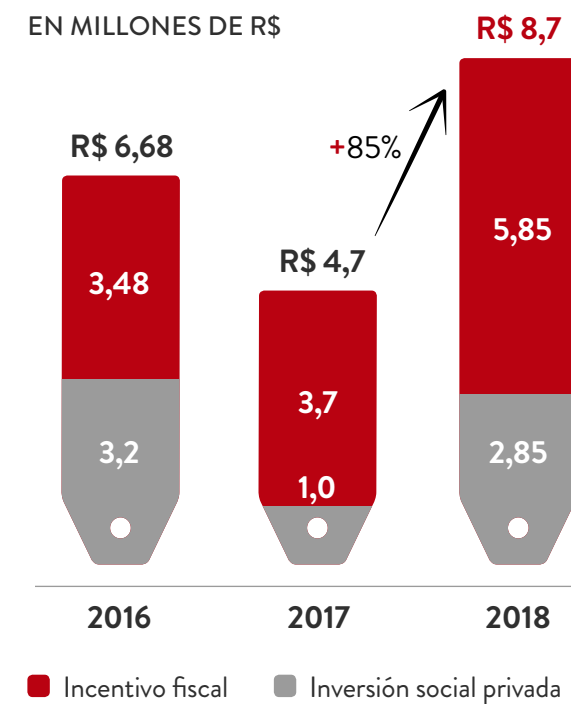
Coordinador del Programa de Prevención y Enfrentamiento al Trabajo Forzado Organización Internacional del Trabajo

GESTIÓN EN TALLERES DE COSTURA

Por segundo año, en alianza con otras empresas del sector y la OIT (Organización Internacional del Trabajo), seguimos con el proyecto “Promoviendo mejoras de las condiciones de trabajo y gestión en los talleres de costura en São Paulo”, que promueve la capacitación y el desarrollo de 30 talleres de inmigrantes bolivianos en la ciudad de São Paulo y región metropolitana.

INVERSIONES

EN MILLONES DE R\$



11.800 
BENEFICIADOS

51 
PROYECTOS

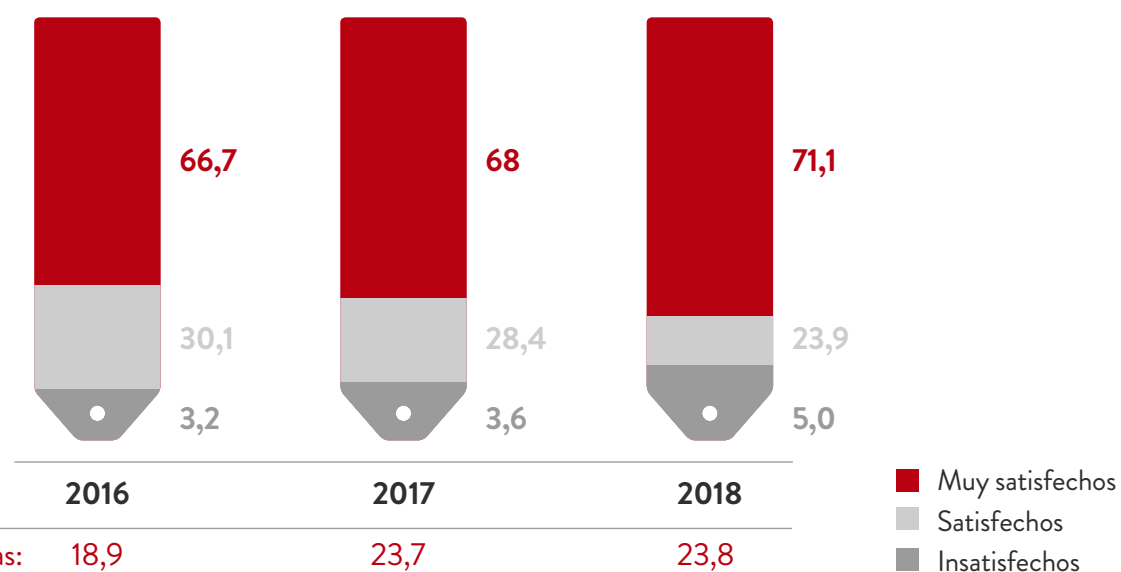
CLIENTES

FOCO EN EL CLIENTE

Encantar clientes es parte de nuestra esencia: es uno de nuestros valores y nuestra razón de existir. Hace más de 20 años fuimos pioneros con la creación del Encantómetro, que mide la experiencia de compra de los clientes en la puerta de cada tienda de Renner -un diferencial de la empresa en el mercado minorista de moda.

En 2018, digitalizamos el encantómetro en nuestras tiendas para capturar en tiempo real y con una visión completa el *feedback* de los clientes, lo que nos permite corregir posibles focos de insatisfacción con agilidad.

ENCANTÓMETRO (%)



La búsqueda continua del encantamiento en 2018 se vio respaldada por diversas mejoras tecnológicas, de procesos y logísticas para que los colaboradores de las tiendas puedan tener más foco en las actividades de atención y también para que podamos ofrecer los productos que el cliente quiere, cuándo los quiere y proporcionarles experiencias de compra cada vez mejores (obtenga más información en las **páginas 22 a 27**).

PROXIMIDAD

Con la rápida evolución digital de la sociedad, una parte importante del encantamiento es que estemos atentos a las opiniones, demandas y expectativas de nuestros clientes en el mundo *online*, cada día más conectados con los perfiles de cada una de nuestras tiendas.

PRESENCIA DE LAS MARCAS EN LAS REDES SOCIALES

Seguidores	f	Instagram	Twitter	www (acessos)	P
RENNER	9,7 millones	4,5 millones	100,0 mil	486 mil	135,4 mil
CAMICADO	810,9 mil	669,9 mil	8,7 mil	no tiene	3,4 mil
YOUCOM	1,0 millón	178 mil	2,3 mil	49,8 mil	no tiene

CANALES DE ATENCIÓN PERSONALIZADOS

Conozca los teléfonos de las Centrales de Atención y acceda a Contáctenos por e-mail y a los Chats Online en:

Renner
www.lojasrenner.com.br/central-de-atendimento
Camicado
www.camicado.com.br/atendimento/content/12
Youcom
www.youcom.com.br/autoatendimento

Contamos con un equipo dedicado para responder los reclamos recibidos de los clientes a través del sitio de **RECLAME AQUÍ**.

Atendemos en las principales redes sociales de cada negocio, como Facebook e Instagram:

Renner
www.facebook.com.br/LojasRenner
www.instagram.com/lojasrenner
Camicado
www.facebook.com.br/camicado
www.instagram.com/camicado
Youcom
www.facebook.com.br/lojajyoucom
www.instagram.com/lojajyoucom

DIVERSIDAD

GRI 417-3

Venimos trabajando cada vez más la cuestión de la representación de diferentes estereotipos y del aumento de la representatividad de minorías en las propagandas. Buscamos contemplar diferentes razas y grupos etarios en nuestras campañas, ensayos y videos. En 2018, también lanzamos remeras con descripción en Braille y trabajamos inclusión en la campaña del Día del Niño.

Nuestras campañas de comunicación y *marketing* cumplen legislaciones específicas, como el Código Brasileño de Autorregulación Publicitaria, además de los instrumentos normativos, leyes y decretos reglamentados por la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República (SECOM). En 2018, no identificamos ninguna inconformidad con reglamentos ni códigos voluntarios relativos a comunicaciones de *marketing*, tanto institucionales como minoristas.

SENSIBILIZACIÓN EN EL CONSUMO

Creemos que tenemos una responsabilidad importante en la relación con nuestros clientes para crear un negocio cada vez más sostenible: ofrecer líneas de productos cada vez menos impactantes (obtenga más información en la [página 45](#)) informándole al público sobre el proceso de producción de dichas piezas y empoderando sus elecciones. Conozca a continuación las principales líneas de productos y campañas lanzadas en este sentido:

SELLO RE

En 2018 lanzamos al público el sello Re Moda Responsable, que simboliza nuestra forma de pensar y practicar la sostenibilidad e identifica nuestros productos, servicios e iniciativas orientadas al tema. En el evento de lanzamiento, trajimos la presentación de la colección Re Jeans (ver apartado siguiente) y una charla entre el presidente de Lojas Renner S.A. y la periodista de moda Lilian Pacce sobre la importancia de la iniciativa.

RE JEANS

Primera colección con jeans reciclados a partir del reciclado de las sobras de tejido del proceso de producción de jeans de Renner. Estos residuos de tejidos son reaprovechados, con lo que se evita el descarte de residuos textiles, y separados por color. Después de la separación, los tejidos son desfibrados, con lo que vuelven a ser hilo. Con ese hilo se crean nuevos tejidos jeans y, a partir de ellos, se hacen las piezas recicladas que componen la colección que pueden adquirirse en 85 tiendas seleccionadas en Brasil y Uruguay en el *e-commerce*. **En total, en 2018 se produjeron 54,3 mil piezas en la colección Re Jeans.**

#YOURECYCLE

Desde 2017, Youcom lanza una colección cápsula #YouRecycle con productos hechos con tejidos originados en el reciclado de materia textil y/o PET en un proceso de fabricación que exime el consumo de agua y químicos y que tienen cero emisión de carbono. Cada metro de tejido reciclado promueve el reaprovechamiento de 500 g de retazos textiles o de 8 botellas PET. Los productos llegaron a las tiendas con etiquetas especiales en papel semilla con información sobre mejores hábitos para minimizar impactos. En 2018 se desarrollaron 45 artículos con materiales más sostenibles, sumando 70.142 piezas.

JABÓN ALCHEMIA

Producto con embalaje desarrollado con sobras de tejidos de la confección por mujeres apoyadas por el programa Emprendedoras de la Moda, del Instituto Tiendas Renner.

JEANS FOR CHANGE

Desde 2014, el proyecto de Youcom fomenta acciones que buscan resignificar el uso de jeans que, en el posconsumo, puede ser transformado en algo nuevo, lo que aumenta su ciclo de vida útil. El proyecto ya trabajó con pilotos de donación de piezas para la confección de *ecobags*, con concursos de *design* de bolsas hechas con piezas de jeans usadas y con la transformación de piezas por un proceso de desfibrado, todos con la participación de mujeres y comunidades en situación de vulnerabilidad.



SENSIBILIZACIÓN EN EL USO

Otro paso fundamental para reducir el impacto ambiental del ciclo de vida de nuestros productos es crear piezas de calidad que tengan mayor durabilidad y educar al consumidor para hábitos de uso más sostenibles.

CUALIDAD Y DURABILIDAD

Tenemos un cuidado especial con la calidad y contamos con un laboratorio donde probamos los productos en desarrollo para evaluar cuestiones como encogimiento, torsión, solidez del color y *pilling* (formación de bolitas). Además, también realizamos un análisis visual para verificar costuras y acabados, señalizando los puntos de mejora para entregar un producto con calidad y durabilidad, encantando así a nuestros clientes.

CUIDADOS EN EL USO DEL PRODUCTO

En 2018, después del evento de lanzamiento del Sello Re al mercado, promovimos talleres para clientes en las tiendas São Paulo y Porto Alegre con la diseñadora Cristal Muniz, bloguera de "Um ano sem lixo" (Un año sin basura, en traducción libre) y autora del libro "Uma vida sem lixo: Guia para reduzir o desperdício na sua casa e simplificar a vida" (Una vida sin basura: guía para reducir el desperdicio en su casa y simplificar la vida, en traducción libre), que explicó la idea de lavandería ecológica y defendió el uso de un jabón en polvo sostenible -producido a partir de ingredientes naturales que perjudiquen menos el medio ambiente. Para 2019, planeamos llevar a nuestros clientes más consejos de cuidado con el producto para ampliar su vida útil, lo que contribuye a una moda cada vez más responsable.



ACCESIBILIDAD DE TIENDAS

Con el objetivo de convertirse en referencia en accesibilidad en el mercado minorista brasileño, en 2015 Renner creó el Proyecto de Inclusión con el inicial objetivo de adecuar 21 tiendas para accesibilidad para clientes y colaboradores.

A partir de ahí, reunimos en un documento las premisas de proyecto de inclusión para construcción y reformas de tiendas en línea con la NBR 9050, que trata de Accesibilidad a edificaciones, muebles, espacios y equipos urbanos.

En 2016, hicimos talleres sobre accesibilidad para concientización y práctica de los conceptos de inclusión para aliados de Renner y, a partir de 2017, todos los proyectos de tiendas nuevas o grandes reformas ya incluyen el 100% de las premisas de accesibilidad.

En total, ya se invirtieron aproximadamente R\$ 3 millones en la accesibilidad de tiendas y, en 2018, totalizamos 76 tiendas el 100% accesibles (21% del total), que cumplen todas las premisas de la norma, y 279 tiendas parcialmente accesibles (79% del total).

ÍNDICE DE CONTENIDO GRI

GRI 102-55

Los protocolos GRI Standards utilizados son las versiones de 2016.

CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (PÁG.)/RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
GRI 102: DISCLOSURES GENERALES			
Perfil Organizacional			
102-1	Nombre de la organización	Lojas Renner S.A.	
102-2	Principales actividades, marcas, productos y/o servicios	Pág. 10	
102-3	Localización de la sede	Pág. 10	
102-4	Número de países en que la organización opera	Pág. 10	
102-5	Tipo y naturaleza jurídica de la propiedad	Sociedad Anónima S.A. de capital abierto.	
102-6	Mercados servidos	Pág. 10	
102-7	Porte de la organización	Pág. 10	
102-8	Perfil de empleados y otros trabajadores	Pág. 54. Los datos reportados incluyen a todos los colaboradores, activos y de licencia, al 31/12/2018.	
102-9	Descripción de la cadena de proveedores de la Compañía	Pág. 32	8
102-10	Principales cambios en la estructura de la compañía y en la cadena de proveedores durante el período cubierto	Ampliación de los gastos en proveedores internacionales de 9 p.p.	
102-11	Explicación de si y cómo la organización aplica el principio de precaución	No hay adhesión formal al principio de la precaución, sin embargo, la Compañía promueve una gestión preventiva de los Riesgos Socio-ambientales según lo presentado en el capítulo Riesgos socio-ambientales en la página 17.	
102-12	Cartas, principios u otras iniciativas desarrolladas externamente de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o endosa	Pág. 6 y 33	
102-13	Principales participaciones en asociaciones y/u organismos nacionales/internacionales de defensa	Pág. 17	
Estrategia			
102-14	Declaración del tenedor del cargo con mayor poder de decisión sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización	Pág. 6	
102-15	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	Pág. 16 y 17	
Ética e Integridad			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización, como códigos de conducta y de ética	Pág. 7 y 52. Visión, Valores y Código de Conducta están disponibles en portugués, inglés y español para alcanzar a todos los miembros del órgano de gobernanza, colaboradores, aliados de negocios y otras partes interesadas.	16

CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (PÁG.)/RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
Gobernanza			
102-18	Estructura de gobernanza, incluyendo comités	Pág. 13	
102-28	Procesos de evaluación de desempeño del más alto órgano de gobernanza en lo que se refiere a la gobernanza de tópicos económicos, ambientales y sociales	Pág. 15	
Participación de Stakeholders			
102-40	Lista de <i>stakeholders</i> participados por la organización	El último proceso de materialidad que involucró la participación de <i>stakeholders</i> , en 2016, involucró a los altos líderes, colaboradores, inversionistas, proveedores, clientes y formadores de opinión con conocimientos específicos de los riesgos socio-ambientales del sector.	
102-41	Porcentaje de empleados cubiertos por negociación colectiva	100%	8
102-42	Base usada para identificar y seleccionar <i>stakeholders</i> para participación	En el último proceso de materialidad, en 2016, los públicos de relación seleccionados fueron aquellos con mayor potencial de ejercer influencia en el negocio.	
102-43	Abordaje adoptado por la Compañía para involucrar a <i>stakeholders</i> y frecuencia de la participación	El proceso de materialidad se realiza cada 6 años con revisión en la mitad del ciclo. En 2018, se hizo una revisión del ciclo Moda Responsable 2016-2021 con foco en mejorar la gestión del impacto de los temas relevantes, evaluación de los puntos de mejora para alcanzar los objetivos estratégicos propuestos e identificación de puntos de mejora en el monitoreo y reporte. Por lo tanto, este proceso no involucró a <i>stakeholders</i> externos. Adicionalmente a la materialidad, tenemos innumerables formas de participación en el día a día con nuestros públicos, que son descritas a lo largo de los capítulos dedicados a clientes, colaboradores, proveedores y la sociedad.	
102-44	Principales tópicos determinados durante la participación de <i>stakeholders</i> y medidas adoptadas por la Compañía para tratarlos	Pág. 29	
Prácticas de Reporte			
102-45	Lista de entidades incluidas en los estados financieros	Tiendas Renner (Renner), Maxmix Comercial Ltda. (Camicado), Fashion Business Comércio de Roupas Ltda. (Youcom), Renner Administradora de Cartões de Crédito Ltda. (RACC), Dromegon Participações Ltda. (Dromegon) -que es tenedora de la propiedad de algunos inmuebles utilizados en nuestras operaciones comerciales- Lojas Renner Shanghai Trading Co. Ltd. (LRS) -que desempeña las funciones de compras, control de calidad y desarrollo de muestras con proveedores en Asia- y Realize Crédito, Financiamento e Investimento S.A. (Realize). Todas las empresas de nuestra estructura incluidas en los estados financieros son consideradas en los indicadores cuantitativos en este informe.	
102-46	Proceso para definición del contenido y límite del informe	El contenido del informe se basa en estos temas estratégicos para el desarrollo sostenible del negocio y, además, en la presentación del perfil, la estrategia y la gobernanza de la Compañía en línea con la metodología del Reporte Integrado.	

CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (PÁG.)/RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
102-47	Lista de aspectos materiales identificados en el proceso de definición del contenido	- Proveedores Responsables - Gestión Ecoeficiente - Productos y Servicios Sostenibles - Involucrar a Colaboradores, Comunidades y Clientes.	
102-48	Explicación de las consecuencias de cualquier reformulación de información suministrada en informes anteriores	No hubo.	
102-49	Cambios significativos en comparación con años anteriores en lo que se refiere al alcance, límite de los aspectos abordados	Las emisiones alcance 2 por elección de compra en 2017 (305-2) sufrió alteraciones a la finalización del inventario de 2017 y, por eso, corregimos el dato en este informe.	
102-50	Período cubierto por el informe	2018	
102-51	Fecha del informe anterior más reciente	2017	
102-52	Ciclo de emisión de los informes	Anual	
102-53	Datos para contacto sobre dudas con relación al informe	Pág. 4	
102-54	Premisas de reporte de acuerdo con los Estándares GRI	Este Informe fue preparado de acuerdo con el GRI Standards: opción Essential	
102-55	Sumario de Contenido GRI	Pág. 63	
102-56	Verificación externa	Pág. 71	
GRI 103: ABORDAJE DE GESTIÓN			
103-1	Explicación de los temas materiales y sus límites	Proveedores responsables: relevante por considerar la gran extensión de la cadena de proveedores de la Compañía como gran minorista. El impacto se da dentro de la Compañía y fuera de ella, en los proveedores y la sociedad, y el papel de la Compañía es mitigar riesgos y proporcionar desarrollo en la cadena, especialmente de reventa. Gestión ecoeficiente: relevante por considerar la extensión de las operaciones, el consumo de recursos naturales y descarte de las 556 tiendas y sede. El impacto se da en la Compañía, en el medio ambiente y en la sociedad. Involucrar a clientes, colaboradores y comunidades: relevante por tener conexión directa con la Visión de la Compañía de encantar a todos y es fundamental para la construcción de una moda más responsable con la participación de todos. El impacto se da en la Compañía, en la sociedad, en los clientes y en las comunidades y minorías apoyadas por los proyectos del Instituto Tiendas Renner. Productos y servicios sostenibles: relevante por considerar la gran extensión del volumen de productos vendidos por la Compañía y los impactos socio-ambientales existentes en la cadena de valor del sector. El impacto se da dentro de la Compañía y fuera de ella, en los proveedores, clientes y la sociedad, y el papel de la Compañía es mitigar riesgos y proporcionar desarrollo en la cadena de reventa.	
103-2	Gestión sobre el tema material	Pág. 17, 32, 38, 45 y 51	
103-3	Evolución de la gestión	Pág. 32, 38, 45 y 51	

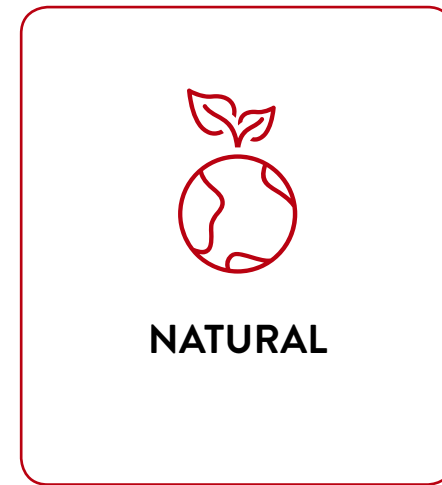
CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (PÁG.)/RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
GRI 203: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS			
203-1	Inversiones en infraestructura y servicios que afectan también a la sociedad	Pág. 57	2
203-2	Impactos económicos indirectos significativos, incluyendo la extensión de los impactos	Pág. 57	
GRI 204: PRÁCTICAS DE COMPRAS			
204-1	Proporción de gastos de proveedores locales en unidades operativas importantes	Pág. 32. Consideramos locales a los proveedores brasileños.	12
GRI 205: ANTICORRUPCIÓN			
205-1	Número total y porcentaje operaciones sometidas a evaluaciones de riesgos relacionados con la corrupción y los riesgos significativos identificados	Pág. 52	
205-2	Comunicación y capacitación en políticas y procedimientos de combate a la corrupción	Pág. 52	
205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas tomadas	Pág. 52	
GRI 301: MATERIALES			
301-3	Porcentaje de productos y sus embalajes recuperados con relación al total de productos vendidos, por categoría de producto	Pág. 44. El indicador no trae porcentaje con relación a los productos vendidos porque los embalajes recolectados en el EcoEstilo Perfumería no son exclusivamente vendidos por la Compañía. Por lo tanto, en este indicador traemos solamente el total de embalajes recolectados, dato relevante que muestra el desempeño del proyecto en recolectar embalajes.	
GRI 302: ENERGÍA			
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Pág. 41. La información no incluye tipos de combustible usados. Consideramos 1 watt-hora el equivalente a 3.600 Joules.	7,8, 12 y 13
302-3	Intensidad energética	Pág. 41. El indicador considera solamente consumo dentro de la organización.	7,8, 12 y 13
302-4	Reducción del consumo de energía	Pág. 41	7,8, 12 y 13
302-5	Reducciones en los requisitos de energía relacionados con productos y servicios	Pág. 41	7,8, 12 y 13
GRI 305: EMISIONES			
305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI) (Alcance 1)	Pág. 43	3, 12 y 13
305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) provenientes de la adquisición de energía (Alcance 2)	Pág. 43	3, 12 y 13
305-3	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) (Alcance 3)	Pág. 43	3, 12 y 13
305-4	Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Pág. 43	13
305-5	Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Pág. 43	13
GRI 306: EFLUENTES Y RESIDUOS			
306-2	Peso total de residuos, discriminado por tipo y método de disposición	Pág. 44	3 y 12

CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (PÁG.)/RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
GRI 308: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES			
308-1	Porcentaje de nuevos proveedores seleccionados con base en criterios ambientales	Pág. 33 a 35	
308-2	Impactos ambientales negativos significativos reales y potenciales en la cadena de proveedores y medidas tomadas al respecto	Pág. 17 y 33 a 35	
GRI 401: EMPLEO			
401-3	Tasas de regreso al trabajo y retención después de licencia maternidad/paternidad, discriminadas por género	Pág. 54. No incluye datos de retención después de 12 meses, que no estaban disponibles al momento de la publicación.	
GRI 404: CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN			
404-1	Media de horas de capacitación por año, por empleado, discriminada por género y categoría funcional	Pág. 56	
404-3	Porcentaje de empleados que reciben regularmente análisis de desempeño y de desarrollo de carrera, discriminado por género y categoría funcional	Pág. 56	4, 5 y 8
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD			
405-1	Composición de los grupos responsables de la gobernanza corporativa y discriminación de empleados por categoría de acuerdo con género, grupo etario, minorías y otros Indicadores de diversidad	Pág. 54	
GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN			
406-1	Número total de casos de discriminación y medidas tomadas	En 2018, se registró solamente un reclamo laboral en acciones judiciales con alegato de acoso moral, expresiva caída con relación a los 83 registrados el año anterior. No tenemos sistema de control para reportar si dicho reclamo tiene relación con cuestión discriminatoria.	8
GRI 407: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA			
407-1	Operaciones identificadas en que el derecho a ejercer la libertad de asociación y la negociación colectiva puede estar corriendo riesgo significativo y las medidas tomadas para apoyar este derecho	Pág. 17 y 33 a 35	8 y 16
GRI 408: TRABAJO INFANTIL			
408-1	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ocurrencia de trabajo infantil y las medidas tomadas para contribuir a la abolición del trabajo infantil	Pág. 17 y 33 a 35	8 y 16
GRI 409: TRABAJO FORZADO O ANÁLOGO AL ESCLAVO			
409-1	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ocurrencia de trabajo forzado o análogo al esclavo y las medidas tomadas para contribuir a la erradicación del trabajo forzado o análogo al esclavo	Pág. 17 y 33 a 35	5, 8 y 16
GRI 410: PRÁCTICAS DE SEGURIDAD			
410-1	Porcentaje del personal de seguridad sometido a capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización relativos a aspectos de derechos humanos que sean relevantes a las operaciones.	No tenemos monitoreo consolidado del total de personal de seguridad sometido a capacitación porque son colaboradores tercerizados. Buscaremos crear un estándar de consolidación los próximos años.	

CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (PÁG.)/RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
GRI 412: EVALUACIÓN EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS			
412-2	Total de horas de capacitación para empleados en materia políticas y procedimientos relativos a aspectos de derechos humanos relevantes para las operaciones, incluyendo el porcentaje de empleados que recibió capacitación	Pág. 52	
GRI 413: COMUNIDADES LOCALES			
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos reales y potenciales en las comunidades locales	Pág. 17 y 57	8, 12 y 16
GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES			
414-1	Porcentaje de nuevos proveedores seleccionados con base en criterios relativos a derechos humanos	Pág. 17 y 33 a 35	
414-2	Impactos negativos significativos reales y potenciales derechos humanos en la cadena de proveedores y medidas tomadas al respecto	Pág. 17 y 33 a 35	8, 12 y 16
GRI 415: POLÍTICAS PÚBLICAS			
415-1	Valor total de aportes financieros a partidos políticos y políticos discriminados por país y destinatario/beneficiario	No fueron hechas contribuciones políticas en dinero ni especie, directa ni indirectamente, por la Compañía.	16
GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO			
417-1	Requisitos para información y etiquetado de productos y servicios	Todos los productos cuentan con información en sus etiquetas. Para los productos menos impactantes en Renner, comunicamos al cliente este atributo por medio de etiquetas especiales.	
417-3	Número total de casos de inconformidad con reglamentos y/o códigos voluntarios relativos a comunicaciones de <i>marketing</i> , incluyendo publicidad, promoción y patrocinio, discriminados por tipo de resultado	Pág. 61	
SUPLEMENTO SECTORIAL			
Código de Conducta			
AF1	Contenido y cobertura del Código de Conducta.	Pág. 33	16
Proceso de Auditoría			
AF2	Partes y personal involucrado en el código de conducir función de <i>compliance</i> .	Pág. 35 y 52	12 y 16
AF3	Proceso de auditoría de conformidad.	Pág. 34 e 35	12 y 16
Procedimientos de Reclamo			
AF4	Política y procedimientos para recibir, investigar y responder a quejas y reclamos.	Pág. 34 y 35	12 y 16
Capacitación			
AF5	Estrategia y ámbito de esfuerzos para fortalecer la capacidad de gestión, de trabajadores y otras partes en la mejora del desempeño en las cuestiones sociales y ambientales.	Pág. 35	8, 12 y 16
Integración del Negocio			
AF6	Políticas para selección de proveedores, gestión y rescisión.	Pág. 33	8, 12 y 16

CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (PÁG.)/RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
CÓDIGO DE CONDUCTA			
AF7	Cantidad y lugar de los puestos de trabajo cubiertos por el Código de Conducta.	El 100% de los puestos de trabajo propios y de nuestros proveedores directos está cubierto por los Códigos de Conducta para Colaboradores y por el Código de Conducta para Proveedores.	
PROCESO DE AUDITORÍA			
AF8	Número de auditorías realizadas y porcentaje de los lugares de trabajo auditados.	Pág. 34 y 35.	12
CONSTATAIONES DE INCONFORMIDAD			
AF9	Casos de incumplimiento de los requisitos legales o acuerdos colectivos de trabajo sobre salarios	Se registraron 126 inconformidades relacionadas con el cumplimiento de requisitos legales y acuerdos colectivos sobre pago de salarios en los proveedores de reventa, de los cuales 112 (88,9%) ya presentaron el plan de acción y corrigieron las inconformidades, y 14 están dentro del plazo establecido en norma para regularización.	12
AF10	Casos de incumplimiento de las normas relacionadas con horas extras	Se registraron 49 inconformidades relacionadas con irregularidades en las horas extras en los proveedores de reventa, de los cuales 45 (91,8%) ya presentaron el plan de acción y corrigieron las inconformidades, y cuatro están dentro del plazo establecido en norma para regularización.	12
AF12	Incidentes del uso de trabajo infantil	No se registró ningún caso de utilización de trabajo infantil en las empresas que forman parte de la base de suministros.	12
AF13	Casos de inconformidad con las normas en materia de discriminación de género	El año 2018 se registró ningún caso de discriminación por género en las empresas que forman parte de la base de suministros.	12
AF14	Casos de inconformidad con el Código de Conducta.	Pág. 34 y 35.	12
INTEGRACIÓN DEL NEGOCIO			
AF15	Análisis de datos de auditorías de conformidad de código.	Pág. 35	12
AF16	Prácticas de remediación en respuesta a las constataciones de no conformidad.	Pág. 35	12
AF17	Las acciones para identificar y mitigar negocios, prácticas que afectan el cumplimiento del código.	Pág. 34, 35 y 52	12

MAPA DE CAPITALES



PÁG. 17 • PÁG. 38 • PÁG. 45



PÁG. 7 • PÁG. 19



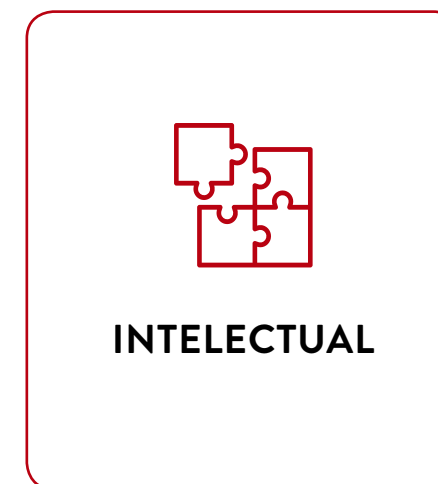
PÁG. 7 • PÁG. 10 • PÁG. 32



PÁG. 7 • PÁG. 51



PÁG. 7 • PÁG. 17
PÁG. 32 • PÁG. 51



PÁG. 13 • PÁG. 22 • PÁG. 51

DICTAMEN DE LA AUDITORÍA

GRI 102-56



KPMG FINANCIAL RISK & ACTUARIAL SERVICES LTDA.

Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105,
6º andar – Torre A

04711-904 – São Paulo/SP - Brasil

Caixa Postal 79518 – CEP 04707-970
São Paulo/SP – Brasil

Telefone: +55 (11) 3940-1500

Fax: +55 (11) 3940-1501

www.kpmg.com.br

INFORME DE ASEGURAMIENTO DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

AL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y A LOS ACCIONISTAS DE
LOJAS RENNER S.A.
PORTO ALEGRE - RS

INTRODUCCIÓN

Fuimos contratados por Lojas Renner S.A. (“Lojas Renner” o “Compañía”) con el objetivo de aplicar procedimientos del aseguramiento limitado sobre las informaciones relacionadas con la Sostenibilidad divulgada en el Informe Anual 2018 de Lojas Renner, relativas al año terminado en el 31 de diciembre del 2018.

RESPONSABILIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN DE LOJAS RENNER

La administración de Lojas Renner es responsable de la preparación y presentación apropiada de las Informaciones contenidas en el Informe Anual 2018 de acuerdo con los Standards para Informe de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative - GRI (GRI- Standards) y por los controles internos que ha determinado como necesarios para permitir la elaboración de esas informaciones libres de distorsión relevante, independientemente si causada por fraude o error.

RESPONSABILIDAD DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión sobre las informaciones divulgadas en el Informe Anual 2018, basado en el trabajo de aseguramiento limitado conducido de acuerdo con el Comunicado Técnico (CT) 07/2012, aprobado por el Consejo Federal de Contabilidad y elaborado tomando por base NBC TO 3000 (Trabajos de Aseguramiento Diferentes de Auditoría y Revisión), emitido por el Consejo Federal de Contabilidad - CFC, que es equivalente a la norma internacional ISAE 3000, emitida por la Federación Internacional de Contadores, aplicables a las informaciones no financieras históricas. Esas normas requieren el cumplimiento de requisitos éticos, incluyendo requisitos de independencia y que se ejecute el trabajo con el objetivo de obtener seguridad limitada de que las informaciones constantes en el Informe Anual 2018, tomadas en conjunto, están libres de distorsiones relevantes.

Un trabajo de aseguramiento limitado conducido de acuerdo con NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste principalmente de indagaciones a la administración de Lojas Renner y otros profesionales de la Compañía que están involucrados en la elaboración de las informaciones presentes en el Informe Anual 2018, así como por la aplicación de procedimientos analíticos para obtener evidencias que nos posibilite concluir en la forma de aseguramiento limitado sobre las informaciones de sostenibilidad tomadas en conjunto. Un trabajo de aseguramiento limitado requiere, además, la ejecución de procedimientos adicionales, cuando el auditor independiente toma conocimiento de temas que lo lleven a creer que las informaciones presentadas y divulgadas en el Informe Anual 2018, tomadas en conjunto, pueden presentar distorsiones relevantes.

Los procedimientos seleccionados se basaron en nuestra comprensión de los aspectos relativos a la compilación, materialidad y presentación de las informaciones constantes en el Informe Anual 2018 y de otras circunstancias del trabajo y de nuestra

consideración sobre áreas y sobre los procesos asociados a información material de sostenibilidad divulgados en el Informe Anual 2018 donde distorsiones relevantes podrían existir. Los procedimientos incluyeron:

- a. la planificación de los trabajos: consideración de la materialidad de los aspectos de las actividades de Lojas Renner, relevancia de las informaciones divulgadas, volumen de informaciones cuantitativas y cualitativas y los sistemas operacionales y de controles internos que fueron base para la elaboración del Informe Anual 2018 de Lojas Renner. Este análisis definió los indicadores a verificar en detalle;
- b. la comprensión y análisis de la información divulgada en relación a forma de gestión de los aspectos materiales;
- c. análisis de los procesos para la preparación del Informe Anual 2018 y su estructura y contenido, con base en los Principios de Contenido y Calidad de los Standards para el Informe de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards);
- d. evaluación de los indicadores no financieros tomados de muestra:
 - comprensión de la metodología de cálculo y los procedimientos para la compilación de indicadores por medio de entrevistas con los responsables por la preparación de la información;
 - aplicación de los procedimientos analíticos sobre la información cuantitativa y preguntas sobre la información cualitativa y su correlación con los indicadores divulgados en el Informe Anual 2018;
 - análisis de la evidencia que sostiene la información divulgada;

- visitas a la oficina corporativa de Lojas Renner para aplicación de estos procedimientos, así como de los artículos (b) y (c);
- e. análisis de razonabilidad de las justificaciones de omisiones de indicadores de desempeño asociados con los aspectos y temas definidos como materiales en el análisis de materialidad de la Compañía;
- f. confronto de los indicadores de naturaleza financiera con las demostraciones financieras y/o registros contables.

Creemos que las informaciones, las evidencias obtenidas y los resultados en nuestro trabajo sean suficientes y apropiados para fundamentar nuestra conclusión en la forma limitada.

ALCANCE Y LIMITACIONES

Los procedimientos aplicados en un trabajo de aseguramiento limitado son sustancialmente menos extensos que aquellos aplicados en un trabajo de aseguramiento razonable. Consecuentemente, no nos posibilitan obtener seguridad de que tomamos conocimiento de todas las cuestiones que serían identificados en un trabajo de aseguramiento razonable que tiene por objetivo emitir una opinión. En caso de que hubiéramos ejecutado un trabajo de aseguramiento razonable, podríamos haber identificado otras cuestiones y eventuales distorsiones que pueden existir en las informaciones presentadas en el Informe Anual 2018.

Los datos no financieros están sujetos a más limitaciones inherentes que los datos financieros, dada la naturaleza y la diversidad de los métodos utilizados para determinar, calcular o estimar esos datos. Interpretaciones cualitativas de materialidad, relevancia y precisión de los datos están sujetos a presupuestos individuales y a juicios. Adicionalmente,

no realizamos cualquier trabajo en datos informados para períodos anteriores, para evaluar la adecuación de sus políticas, prácticas y desempeño en sostenibilidad, ni en relación a proyecciones futuras.

CONCLUSIÓN

Con base en los procedimientos realizados, descritos en este informe, nada ha llegado a nuestro conocimiento que nos lleve a creer que las informaciones constantes en el Informe Anual 2018 de Lojas Renner no han sido compiladas, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los Standards para el Informe de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards)” y con los registros y archivos que sirvieron de base para su preparación.

São Paulo, 4 de febrero de 2019

KPMG Assessores Ltda.
CRC 2SP034262/O-4 F-SP



Eduardo V. Cipullo
Contador CRC 1SP135597/O-6

KPMG Financial Risk & Actuarial Services Ltda.



Ricardo Algis Zibas
Sócio-Diretor

CRÉDITOS

SEDE

Lojas Renner S.A.

Avenida Joaquim Porto Villanova, 401

CEP: 91410-400 – Jardim do Salso

Porto Alegre (RS) – Brasil

Tel.: +55 (51) 3272.2450

Site: www.lojasrenner.com.br

COORDINACIÓN

Dirección de Recursos Humanos - Gerencia de Sostenibilidad

Dirección Administrativa, Financiera y de RI - Gerencia de Relaciones con Inversionistas

PROYECTO EDITORIAL: REDACCIÓN, CONSULTORÍA GRI Y REPORTE INTEGRADO Y TRADUCCIÓN

RICCA Sustentabilidade

www.riccari.com.br

PROYECTO GRÁFICO: LAYOUT, DIAGRAMACIÓN E ILUSTRACIONES

RICCA Sustentabilidade

www.riccari.com.br