

**I N F O R M E**

**A N U A L**

**2 0 1 9**

LOJAS RENNER S.A.



RENNER

CMICADO

youcom

realize

# Índice

## Introducción

- Sobre el informe
- Mensaje de la Presidencia
- Nuestra generación de valor

## Quiénes Somos

- El negocio
- Gobierno corporativo
- Resultados económicos

## Estrategia

- Ciclo digital
- Evolución del modelo logístico
- Compromiso estratégico con la Moda Responsable

## Proveedores Responsables

- Compromisos y principios
- Proveedores administrativos
- Proveedores de reventa

## Gestión Ecoeficiente

- Tiendas ecoeficientes
- Combate a los cambios climáticos
- Agua
- Residuos

## Productos y Servicios Sostenibles

- Materias primas menos impactantes
- Procesos menos impactantes
- Apoyo a la innovación

## Comprometimiento

- Cultura de ética y sostenibilidad
- Colaboradores
- Apoyo a las comunidades
- Clientes

## Herramientas de lectura

- Índice GRI
- Índice SASB
- Mapa de capitales
- Mapa de ODS prioritarios
- Dictamen de la auditoría
- Créditos

## Para saber más

GRI 102-53

A lo largo del informe enlaces te conducirán a documentos con informaciones más detalladas, siendo los principales:

- **Estados Contables**  
Resultados operativos y financieros
- **Formulario de Referencia**  
Estrategia, gobierno y gestión de riesgos
- **Política de Sostenibilidad**  
Directrices estratégicas de sostenibilidad
- **Código de Conducta para Proveedores**  
Compromisos, valores y orientaciones de conducta a los proveedores
- **Código de Conducta para Colaboradores**  
Compromisos, valores y orientaciones de conducta en las relaciones de los colaboradores con todos los públicos de la Compañía

Dudas sobre este informe o pedidos de informaciones adicionales pueden ser enviados a la Gerencia de Sostenibilidad:  
relatorio@lojasrenner.com.br

# Introducción



# Sobre el informe

GRI 102-45

## Mejores prácticas

Comprometidos con la transparencia y el diálogo, todos los años publicamos este informe, que presenta nuestro modelo de negocio, nuestra estrategia de sustentación y generación de valor y nuestro desempeño.

**Esta publicación cumple las mejores prácticas internacionalmente reconocidas de transparencia y gestión para la sostenibilidad:**

- Por 10º año consecutivo cumplimos la Global Reporting Initiative (GRI).
- Por 5º año consecutivo cumplimos el Relato Integrado (IR).
- Este año pasamos a reportar también los indicadores SASB (Sustainability Accounting Standards Board) para el sector.
- Las informaciones son aseguradas por una auditoría independiente, garantizando su veracidad.

## Cómo navegar

Además de la lectura lineal de esta publicación, usted tiene otras cuatro posibilidades de navegación:

### LECTURA RÁPIDA

Usted puede hacer una lectura rápida de los destaques de esta publicación haciendo *clic* en los nombres de los capítulos en el encabezamiento de las páginas y entrando al resumen de cada sección.

### INDICADORES GRI

Índice que explica qué es cada indicador y presenta la página en que él es reportado, donde usted encontrará el símbolo GRI XX-X.

### CAPITALES (RELATO INTEGRADO)

Mapa que presenta los diferentes capitales que le dan sustentación al modelo de negocio y las páginas en que son abordados, donde usted encontrará los símbolos correspondientes:



## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

Mapa que presenta la contribución de la Compañía a los ODS y las páginas en que estos son abordados. En esas páginas, encontrará los símbolos correspondientes:

### OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



### ¡Esté atento!

A lo largo del contenido, siempre que usemos los términos "Tiendas Renner S.A." o "Compañía", nos referimos a todas las controladas. Cuando nos referimos específicamente a uno de los negocios, usamos los términos Renner, Camicado, Youcom y Realize.

# Mensaje de la Presidencia

GRI 102-12, 102-14

Un periodo de transición. Es así como podemos describir 2019, no solo por los cambios políticos, económicos y de reformas, sino también por el inicio de un nuevo ciclo de inversiones y la sucesión del CEO de la Compañía.

En el año, concluimos con las inversiones del ciclo de **Fashion Retailer**, iniciado en 2012, donde renovamos y ampliamos el parque de tiendas, construimos una nueva plataforma logística, desarrollamos la cadena de proveedores y redujimos los *leadtimes*, con el aumento del número de colecciones. Todo esto, cumpliendo con las mejores prácticas de responsabilidad socioambiental.

Entendiendo que cambios y adaptaciones en el modelo de negocio son necesarios para acompañar nuevos comportamientos de los consumidores, en un mundo cada vez más conectado y digitalizado, comenzamos la ejecución del **Ciclo Digital** de la Compañía. Este nuevo periodo de inversiones estratégicas busca proporcionar una experiencia de compra integrada entre los canales físicos y *online*, a partir de la estrategia *omnichannel*, apalancada por una cultura *data driven*, que permitirá un mayor conocimiento de nuestros clientes, generando más personalización y eficiencia operativa.

Para la ejecución de toda esta transformación, organizamos nuestros equipos en tres grandes proyectos estructurantes, con iniciativas destinadas a la **Visión Única del Cliente**, para que establezcamos una comunicación personalizada, por medio de la unificación de datos y la creación de un *data lake*,

que nos permitirá conocer mejor a nuestros clientes y hacerles recomendaciones de compras personalizadas. También tenemos acciones para el **Ciclo de Vida** donde estamos usando Inteligencia Artificial para la cuantificación de apuestas e identificación de tendencias de moda y, principalmente, para la distribución de productos por tiendas y proyecciones de ventas con mayor asertividad. Otro paso importante fue la **Transformación Omni** que busca la completa integración de los canales de ventas *online* y *offline*. En apoyo a este crecimiento y el fortalecimiento de la estrategia de la compañía, comenzamos la construcción de un nuevo Centro de Distribución, con 150 mil m<sup>2</sup>, que estará finalizado para 2022.

En la dimensión del Gobierno Corporativo, 2019 también estuvo marcado por la transición. En abril, y después de 28 años como Director Presidente, José Galló asumió la posición de Presidente del Consejo de Administración y Fabio Adegas Faccio lo sucedió como CEO. Este proceso le permitió a la Compañía una transición transparente, organizada y muy fluida. Con más de 20 años de experiencia en Renner, Fabio Adegas Faccio le dio continuidad a todos los planes y proyectos en curso y sigue enfocado en las principales entregas del Ciclo Digital y en el crecimiento y evolución de la Compañía en el presente y futuro.

En 2019, seguimos reafirmando el compromiso con una moda cada vez más responsable, partiendo de nuestras directivas de sostenibilidad, guiadas por los siguientes pilares estratégicos: proveedores responsables; gestión ecoeficiente; compromiso

de colaboradores, comunidades y clientes; y productos y servicios sostenibles. Invertimos en fuentes de energía renovables, como generación solar, y en la eficiencia energética de las operaciones, ampliamos el proceso de mapeo y monitoreo de proveedores internacionales, aumentamos el uso de materias primas menos impactantes, además de iniciativas para la reducción y compensación de las emisiones de CO<sub>2</sub>.

En este informe, podrá conocer algunos marcos que se destacaron por el sesgo de la innovación en sostenibilidad, como las colecciones Cápsula Re, el programa Empoderando Refugiadas, el apoyo a la creación y desarrollo de la Agencia Compromiso, la publicación de la Lista de Proveedores, la validación del Proyecto Rastreabilidad Digital y la superación de la Meta de Productos Menos Impactantes. Por acciones de este tipo, fuimos reconocidos una vez más en el ISE B3, Dow Jones y Guia Exame, y duplicamos nuestra puntuación en el Índice de Transparencia de la Moda.

Una vez más, agradecemos a todos nuestros clientes, colaboradores, proveedores, consejeros y accionistas comprometidos con estas conquistas y que refuerzan nuestro propósito de agradar a todos como nuestra mayor realización.

**José Galló**  
Presidente del Consejo  
de Administración

**Fabio A. Faccio**  
Director Presidente

# Nuestra generación de valor

GRI 102-7

## Los capitales de nuestro modelo de negocio



**Intelectual**



**Manufacturado**



**Financiero**



**Social y de Relación**

### Propósito

**Encantar a todos es nuestra realización.**

### Valores

- Encantar
- Nuestra forma
- Gente
- Dueños del negocio
- Obstinación por resultados excepcionales
- Calidad
- Sostenibilidad



Conozca en nuestro sitio web la descripción completa de los valores empresariales y el propósito de **Renner, Youcom, Camicado** y **Realize**.



**603** tiendas  
con 749.098,78 m<sup>2</sup>

**4 Centros de Distribución**  
con 146.500 m<sup>2</sup>



*E-commerce* **Renner, Camicado, Youcom** y **Ashua**



**Humano**



**24,2 mil** colaboradores



**R\$ 9,6 mil millones de ingresos** de ventas de mercancías y productos y servicios financieros.



**R\$ 44,7 mil millones** de valor de mercado de las 795.557.567 acciones

**R\$ 272,7 millones** de endeudamiento neto



**R\$ 751,4 millones** de inversión en tiendas, sistemas, instalaciones, logística, etc.



**Natural**



**659,3 GJ** de energía consumida  
**0,6115 GJ/m<sup>2</sup>** de intensidad energética  
**44,3%** de fuentes renovables



**2.801 empresas proveedoras**, de las cuales:  
447 que fabrican los productos vendidos en las tiendas



2.313 de productos y servicios administrativos



32,5 millones de clientes con Tarjeta Renner y Mi Tarjeta



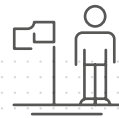
75 proyectos apoyados del Instituto Lojas Renner

# Valor generado en el 2019

GRI 201-1

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

- R\$ 966,5 millones en remuneración a los colaboradores
- R\$ 165,9 millones en beneficios a los colaboradores
- Una de las Mejores Empresas para Trabajar y Para Comenzar su Carrera en el *ranking* Você S/A
- Índice elevado de comprometimiento de colaboradores: 86%



Para nuestros  
**COLABORADORES**

- Distribución de Utilidades
- Gestión para la generación de valor a largo plazo

- R\$ 267,7 millones en dividendos e intereses sobre el Capital Propio distribuidos a los accionistas
- Valorización del 47,5% de las acciones
- Inclusión por 6º año consecutivo en el Índice de Sostenibilidad Empresarial (ISE) de B3 y por 5º año en Dow Jones Sustainability Index (DJSI)
- Listado en el Índice Carbono Eficiente de B3



Para nuestros  
**ACCIONISTAS**

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

- R\$ 5,2 mil millones en negocios contratados junto a los proveedores
- R\$ 507,2 millones de remuneración de capital de terceros (instituciones financieras y alquileres)
- 100% de los Proveedores de Reventa nacionales y sus contratados evaluados con relación a la sostenibilidad y 90% de los proveedores internacionales
- 36% en el volumen de visitas para seguimiento de no conformidades en Proveedores de Reventa, demostrando avances en la gestión
- Mejoría de 22 p.p. en el Índice de Desempeño Global de Proveedores (IDGF) del 2016 al 2019
- 117.253 personas impactadas con la generación de empleos en la cadena de suministros de reventa en Brasil



Para nuestros  
**PROVEEDORES**

# Valor generado en el 2019

GRI 201-1

- 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
- Beneficios continuos de ecoeficiencia en nuestras tiendas
- Sensibilización para consumo y uso sostenible
- Evolución tecnológica para el aumento de eficiencia y experiencia de compra cada vez mejor y multicanales

- Tarjeta Renner sin anualidad, con 30 días para comenzar a pagar y fraccionamiento en hasta cinco veces sin intereses
- 97% de clientes satisfechos y muy satisfechos medido por el Encantómetro
- Lanzamiento del Sello Re Moda Responsable y colecciones de productos menos impactantes
- 31% de piezas menos impactantes con Sello Re
- 30,6% de las piezas de algodón, con algodón certificado
- Facilidad de renegociación de prestaciones en atraso
- Alta seguridad en las transacciones financieras y en la protección de los datos de los clientes



Para nuestros  
**CLIENTES**

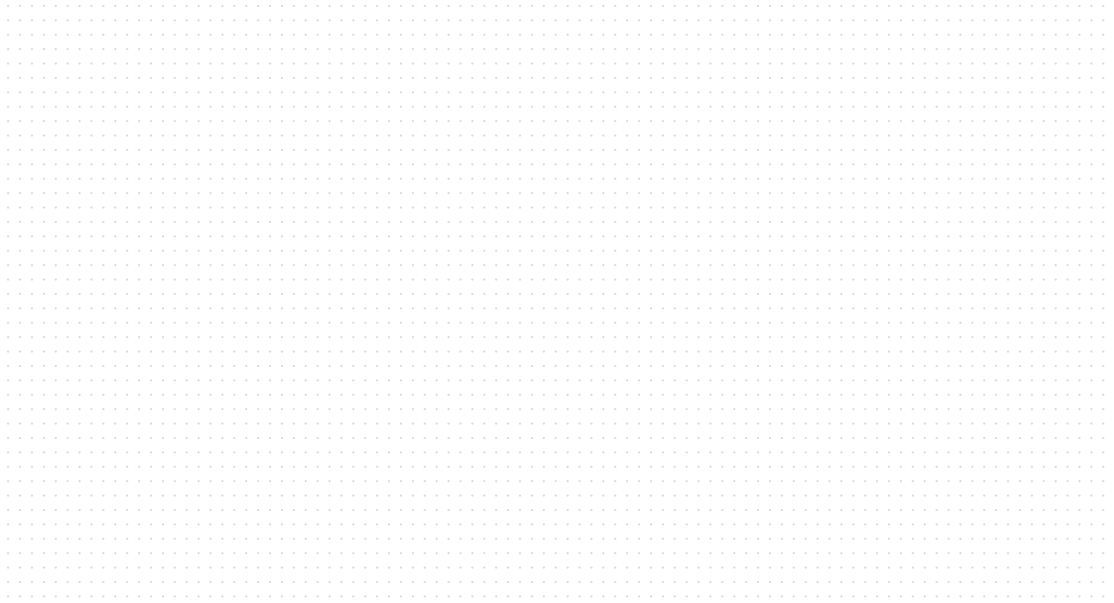
- Contribución con la economía pagando impuestos y tasas
- Inversión en proyectos sociales
- Generación de empleos y renta directos e indirectos (cadena de valor)
- Compromiso con el desarrollo de la Moda Responsable

- R\$ 2,7 mil millones en impuestos y tasas a ser revertidos por los gobiernos para el desarrollo del País
- R\$ 9,9 millones de inversión en proyectos sociales
- Más de 11 mil personas beneficiadas por los proyectos del Instituto Lojas Renner
- Negocio carbono neutro: 100% de las emisiones de los gases de efecto invernadero neutralizadas desde el 2017
- Aumento del 1,93% en la eficiencia energética de las tiendas
- Desarrollo de proyectos de generación de energía solar
- Desarrollo de pilotos junto a tres *startups* para la promoción de la sostenibilidad
- 44,3% de la energía consumida proveniente de fuentes renovables

Para la  
**SOCIEDAD**



# Quiénes somos



# El negocio

GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7

La Loja Renner S.A. es la mayor minorista de moda de Brasil. Con sede en Porto Alegre (RS), con 54 años de historia y 52 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 en Uruguay y Argentina por medio de tiendas de Renner.



24.162  
colaboradores

2.801  
proveedores



4 Centros de Distribución  
con 146.500m<sup>2</sup>



32,5 millones de clientes con  
**Tarjeta Renner y Mi Tarjeta**

**R\$3,4 mil millones**  
de cartera de crédito

**603**  
tiendas



# Segmentos de negocio

## Mercado minorista

### RENNER

Red de tiendas de moda con 20 marcas propias, Renner actúa en 380 tiendas en todos los estados de Brasil, **9 tiendas** en Uruguay, **4 tiendas** en Argentina inauguradas en el 2019 y en su tienda *online*.

### Vestuario

8 marcas que componen 5 *lifestyles*.

<b>Neotradicional</b>	MARFINNO	cortelle	PRESTON FIELD
<b>Glamour</b>	A	<b>Sensual</b>	just be
<b>Joven</b>	ripping	BLUESTEEL	<b>Contemporáneo</b>
			REQUEST
<b>Otros</b>	Playa, infantil, lencería, accesorios, <i>curvy</i> y <i>plus size</i> , perfumería y calzados		
	bazona.norona	FUZARKA	body boom
	GET OVER	lov	maternity collection
	poim	accessories	VIKO
		ALCHEMIA	SATINATO

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

### CAMICADO

Red de tiendas especializada en casa y decoración, presente en 23 estados de todas las regiones de Brasil, con **114 tiendas**, además del *e-commerce*.

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

### YOUCOM

Marca joven de vestuario y accesorios, ofrece ropas, calzados y accesorios femeninos y masculinos y cuenta con **101 tiendas** en 12 estados en las cinco regiones del País, además de *e-commerce*.

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

### ASHUA

Marca lanzada en el 2016 en *e-commerce* dirigida a la moda *curvy* y *plus size*, en el 2018 inició la operación de tiendas físicas, que ya suman **8 unidades**.

Para saber más, visite el [e-commerce](#) de Ashua

## Productos financieros

### REALIZE

Los productos financieros ofrecidos por la Compañía son herramientas importantes de soporte 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 Rápido, Seguros y Asistencias actuamos en la fidelización y conveniencia del cliente.

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

# Gobierno corporativo



Capital abierto desde 1967,  
dos años después de su fundación

795.557.567 acciones ordinarias  
**LEN3 100% en circulación**  
y negociadas en B3,  
listadas en el Nuevo Mercado  
cotizadas a **R\$ 56,19** al final del año


**47,5%\*** de valorización en el 2019  
**6.143,3%\*** desde el 2005 x. 356,9% do Ibovespa

*\*Ajustada por eventos societarios.*

  
= **R\$44,7 mil millones**  
de valor de mercado

## Alta liquidez

- 3,8 millones de negocios
- 980,7 millones de acciones movidas
- Volumen promedio diario negociado de **R\$ 184,8 millones**

  
CA y Dirección con  
**evaluación del desempeño  
formal periódica**

## Consejo de Administración (CA)

- 88% miembros independientes (7 de 8)
- 25% mujeres (2 de 8)



## Diferentes Ejecutivos

en la Presidencia del Consejo  
y de la Dirección

## Estructura robusta de **asesoría:**

- Comités especializados
- Secretaría y Reglamentos Internos propios para Consejo, Comités y Dirección
- Portal del Consejo

## Interés de la administración alineado con el de los accionistas

Por medio de plan de opción  
de compra de acciones y  
de acciones restringidas y  
participación en los resultados

Estructura multidisciplinaria de  
**gestión de riesgos** relacionada al CA con  
definición precisa de responsabilidades,  
apoyada por políticas institucionales

## Secretaría de gobierno

- Apoya el funcionamiento de gobierno
- Mejor atención y relación con accionistas y agencias de voto
- Evolución continua de las mejores prácticas

**R\$ 267,7\*** millones  
distribuidos a los accionistas

Intereses bajo Capital Propio  
**R\$ 252,0 millones**

Dividendos  
**R\$ 15,7 millones\***

*\*Dependiendo de la aprobación del valor de dividendos  
en la Asamblea General Ordinaria de abril del 2020.*

100% de  
**Tag Along**

**25%**  
Payout

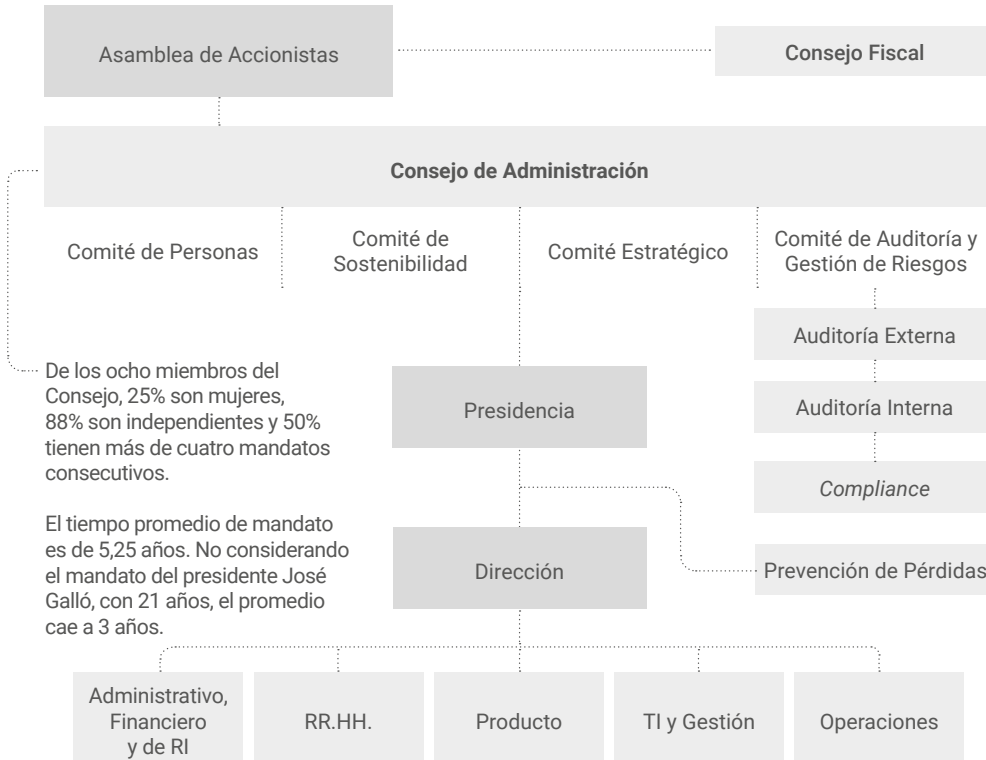
**0,6%**  
Dividend yield

**Consejo Fiscal  
permanente**

# Administración

GRI 102-18

## ESTRUCTURA



### Sucesión

En abril, el Sr. José Galló, que después de 28 años como ejecutivo de Lojas Renner, debido al término de su contrato, asumió la posición de Presidente del Consejo de Administración y, de esta forma, la Compañía pasó a tener un nuevo Director Presidente, el Sr. Fabio Adegas Faccio, que tiene más de 20 años de experiencia en Renner. La transición estuvo marcada por un proceso de sucesión altamente estructurado y transparente, sin impactos en la gestión de la Compañía y en el compromiso de los equipos. El Sr. Osvaldo Burgos Schirmer, que fue *Chairman* entre los años de 2013 y 2019, y el Sr. Carlos Fernando Couto de Oliveira Souto, que actuaba como Vicepresidente desde 2016, continúan formando parte de ese órgano, como Vicepresidente y miembro del Consejo, respectivamente.

### ESPÍRITU PIONERO

El éxito y la perpetuación de nuestra Compañía siempre estuvieron directamente relacionados a nuestro compromiso invariable con el buen gobierno y la transparencia, que orienta nuestra historia de espíritu pionero:

- abrimos capital con solamente dos años de fundación.
- fuimos la **primera corporación brasileña** con el 100% de las acciones negociadas en bolsa y sin la presencia de un accionista controlador.
- estamos listados en el **Nuevo Mercado**, grado más elevado entre los niveles de gobierno corporativo de B3.
- fuimos la primera empresa brasileña en entregar un **Manual para la Participación de Accionista en Asamblea**.
- fuimos la primera empresa en entregarle a la Comisión de Valores Mobiliarios (CVM) el Informe sobre el Código Brasileño de Gobierno Corporativo en el 2018, y en el 2019 tuvimos la **mayor adherencia al Código** entre las empresas, con 98,1%.



Conozca a los miembros de los órganos de administración en nuestro [sitio](#) de Relaciones con los Inversores.

Alineada a la cultura de líderes formadores de líderes y dando continuidad al trabajo de formación y valorización de los talentos internos, así como también para apoyar el crecimiento de la Compañía, fueron creadas nuevas direcciones no estatutarias, entre ellas la Dirección de Riesgos que, desde diciembre, cuenta con una estructura dedicada a la protección de datos, teniendo en cuenta las necesarias adecuaciones a la Ley General de Protección de Datos (LGPD), que está bajo la gestión del área de *Compliance* Corporativo.

# Remuneración y evaluación

GRI 102-28

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

El proceso se inicia con la aprobación del monto de la remuneración del Consejo y Dirección por los accionistas, en Asamblea y, entonces la distribución del valor entre los miembros de los órganos por el Consejo de Administración, después del dictamen del Comité de Personas. Parte de este monto es remuneración fija y parte variable.

El Consejo de Administración, en la actualidad, tiene solamente la remuneración fija, pues la que estaba vinculada a la presencia de cada miembro en las reuniones del Consejo dejó de ser pagada como variable a partir de julio/2019. Ya el valor de la remuneración basada en acciones, en el Consejo de Administración, son de otorgamientos contractuales del Presidente del Consejo, recibidas también como miembro de la Dirección.

Para la Dirección existe remuneración variable, relacionada al alcance de las metas de la Compañía e Individuales. La Dirección también cuenta con el Plan de Opción de Compra de Acciones y Acciones Restringidas, que refuerza la retención de los ejecutivos y alinea sus intereses a los de los accionistas, para crear valor de forma sostenible y a largo plazo.

El Consejo y Dirección también pasan por un proceso formal de evaluación del desempeño.

En la evaluación del Consejo, hecha con el apoyo de una consultoría especializada, cada Consejero es entrevistado individualmente y todos los miembros evalúan a sus colegas, al Presidente del Consejo y la dinámica de las reuniones. Después cada consejero recibe individualmente la devolutiva consolidada de las evaluaciones y, posteriormente, la consultoría hace la presentación de la evaluación general del Consejo, apuntando factores positivos y puntos a desarrollar.

En la Dirección, el Presidente es evaluado por el Comité de Personas y por el Presidente del Consejo de Administración y también evalúa a todos los Directores e informa al Comité que, a su vez, informa al Consejo.

Conozca informaciones detalladas sobre nuestra política de remuneración en el ítem 13 del **Formulario de Referencia** y sobre la composición y atención al límite de distribución en el 2019 en la **nota explicativa 26.2.2 de los Estados**.

## DISTRIBUCIÓN DE LA REMUNERACIÓN



66% **R\$ 10,7 millones Remuneración fija**

31% **R\$ 5,1 millones Plan de Opción de Compra de Acciones y Acciones Restringidas**

3% **R\$ 494,0 mil Remuneración variable** (atada a la presencia en las reuniones del Consejo)\*

*\* Dejó de ser pagada como variable a partir de julio/19.*



41% **R\$ 8,7 millones Plan de Opción de Compra de Acciones y Acciones Restringidas** (refuerzo a la retención, buscando alinear intereses de los ejecutivos a los de los accionistas en la creación de valor de forma sostenible a largo plazo)

28% **R\$ 5,8 millones Remuneración variable** (atada a las metas de la Compañía e individuales)

27% **R\$ 5,7 millones Remuneración fija**

4% **R\$ 915,5 mil Beneficios** (plan de salud, check-up médico, seguro de vida, automóvil y teléfono móvil)

# Gestión de los riesgos

Cumplimos las mejores prácticas nacionales e internacionales para la gestión eficiente de los riesgos del negocio, reforzando nuestra cultura de ética, transparencia y gobierno responsable, con una estructura robusta de gestión, presentada a continuación:

## Políticas de gestión para control de los riesgos

- Política de Gobierno, Riesgos y Conformidad
- Política de Auditoría
- Política de *Compliance*
- Política de Gestión Financiera
- Política de Destinación de Resultados
- Política Anticorrupción
- Política de *Disclosure*
- Política de Divulgación de Hecho Relevante y de Negociación de Valores Mobiliarios
- Política de Partes Relacionadas
- Política de Indicación y de Remuneración de los Administradores
- Política de Seguridad de la Información
- Política de Atención y CRM
- Política de Sostenibilidad
- Código de Conducta para Colaboradores
- Código de Conducta para Proveedores

## PROCESO DE GESTIÓN

### Identificar, evaluar y medir

El Comité de Auditoría y de Gestión de Riesgos, estructura multidisciplinaria de gobierno corporativo relacionada al Consejo de Administración, es el órgano responsable por la identificación y manejo de esos riesgos y cuenta con la definición precisa de responsabilidades y el apoyo de políticas institucionales para atenuar riesgos e impactos económico/financieros y operativos del negocio.

Los gestores de cada unidad de negocio o área de la Compañía promueven continuamente, con revisión mínimamente anual, la identificación de los riesgos a los cuales estamos sometidos. Los riesgos identificados son evaluados y clasificados en matrices de riesgo de acuerdo con el impacto potencial en la Compañía.

### Tratar y monitorear

Para cada riesgo con mayor potencial de impacto, el gestor define el tratamiento y procesos de control para reducirlo o eliminarlo. El tratamiento y seguimiento de este riesgo también cuenta con el apoyo de diversas funciones de gestión de riesgos y conformidad, como las áreas de Prevención de Pérdidas, *Compliance*, Jurídico, Seguridad de la Información, Control de Calidad y Contraloría.

**Adicionalmente, los auditores internos evalúan la eficacia de la gestión de los riesgos y de los controles internos y le comunican al Comité de Auditoría y Gestión de Riesgos y a la Administración.**

## PRINCIPALES CATEGORÍAS DE RIESGOS MONITOREADAS

### Riesgos operativos

Fallas en procesos internos, sistemas o acciones desarrolladas por personas que puedan generar pérdidas que involucren operación, activos, clientes e ingresos.

### Riesgos estratégicos

Involucran la toma de decisiones de la alta administración de la Compañía y pueden provocar grandes pérdidas en el valor económico de la organización.

### Riesgos a la reputación

Eventos que pueden perjudicar la reputación de la Compañía en los casos en que la mala gestión de los riesgos pasa a ser de conocimiento público.

### Riesgos de compliance

Incumplimiento de normas de la empresa o de legislaciones vigentes que pueden generar sanciones legales o regulatorias, además de perjudicar la imagen de la empresa.





Conozca en detalles los riesgos del negocio y cómo son administrados en nuestro **Formulario de Referencia** – ítem 4, 5.1 y 5.2 – y en las **Notas Explicativas de los Estados Contables**, nota 6.1.

En el 2019, hicimos cambios en nuestra gestión y la Dirección no estatutaria de Auditoría, Prevención de Pérdidas y *Compliance* pasó a ser llamada Dirección de Riesgos. Además de la composición anterior, la Dirección pasó a contar con una estructura dedicada para la protección de datos, teniendo en cuenta las necesarias adecuaciones de la compañía a la Ley General de Protección de Datos (LGPD), bajo la gestión del área de *Compliance*.

Adicionalmente, una nueva área fue implementada para conducir procesos de conformidad de Seguridad de la Información, gestionada por la Gerencia de Auditoría de Sistemas.

Estos procesos, que eran conducidos por el área de Seguridad de la Información en TI, migraron para la responsabilidad de la Auditoría de Sistemas, por su naturaleza de conformidad. Los demás procesos ya conducidos por el área de Seguridad de la Información fueron mantenidos bajo la gestión de TI. Conozca más sobre el tema en la página 69.

## Riesgos socio-ambientales

 Social y de Relación  Natural

GRI 102-15, 308-2, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2, CN0501-07

El ciclo de vida de los productos de moda involucra una red compuesta por múltiples factores con diferentes potenciales de impactos socio-ambientales negativos. La gestión de estos impactos se convierte en un desafío aún mayor frente a la necesidad del sector en los últimos años de aliar la creciente demanda por agilidad, eficiencia y control de gastos al desarrollo sostenible, responsable y generador de valor en toda la cadena.

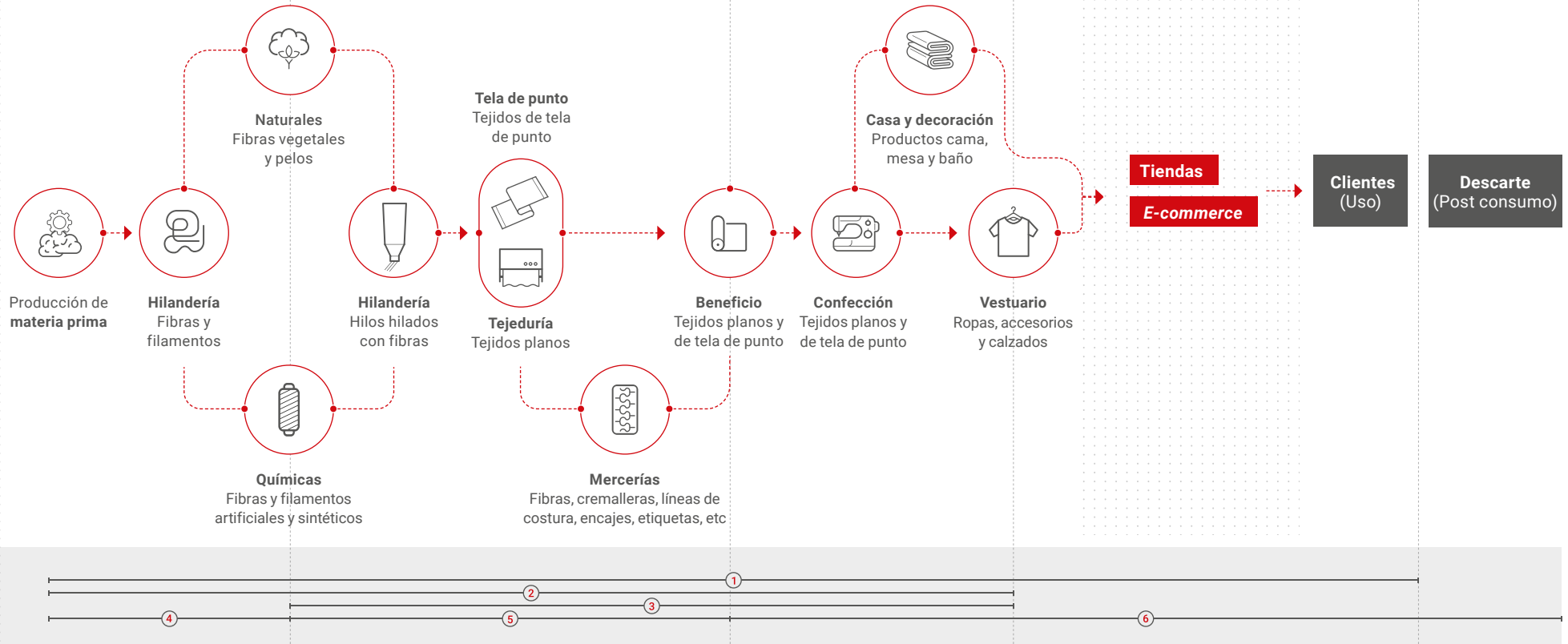
Conozca en la próxima página los principales impactos socio-ambientales del sector y, a partir de la página 18, cómo actuamos en nuestra operación y además de esta buscando mitigarlos y promover estructuras, procesos y relaciones cada vez más sostenibles.

ETAPAS EXTERNAS ANTERIORES AL NEGOCIO

ETAPAS INTERNAS DEL NEGOCIO

ETAPAS EXTERNAS POSTERIORES AL NEGOCIO

ETAPAS DEL CICLO DE VIDA



FACTORES DE IMPACTO DEL SECTOR POR ETAPA DEL CICLO DE VIDA

- 1 CONSUMO INTENSO DE AGUA:** en el procesamiento de materia prima y a lo largo de la vida útil del producto, en su uso por los consumidores.
- 2 PRECARIZACIÓN DE LAS CONDICIONES DE TRABAJO:** en las plantaciones, en el procesamiento de materia prima y confecciones, que pueden generar un impacto negativo en responsabilidad social. La cadena textil es el 3° mayor sector industrial del mundo, con cerca de 60 millones de colaboradores.
- 3 CONSUMO INTENSO DE ENERGÍA:** en el procesamiento de materia prima, en la logística del 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 los consumidores.
- 4 USO DE PESTICIDAS:** degradación del suelo y manto freático y el impacto en la salud y seguridad de los colaboradores. La industria demanda 25 millones de toneladas de algodón por año, el 6° mayor cultivo en extensión de tierra.
- 5 USO DE PRODUCTOS QUÍMICOS:** contaminación de efluentes y cuerpos de agua donde son descartados.\*\*
- 6 GENERACIÓN INTENSA DE RESIDUOS:** en las confecciones, en los procesos de construcción y reforma de tiendas y al final del ciclo de vida, en el descarte de las piezas por los consumidores. En los Estados Unidos el descarte de ropas es responsable por el 4% de los residuos sólidos urbanos, con una media de 18 kg por habitante\*\*\*.

\* Datos del documental *The True Cost*, dirigido por Andrew Morgan en el 2015

\*\* No fue considerado riesgo ocupacional

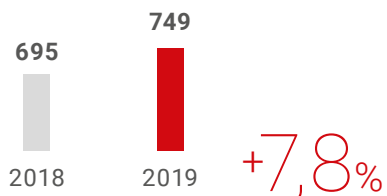
\*\*\* Datos de la Oficina de Residuos Sólidos de la Agencia de Protección Ambiental Americana

# Resultados económicos

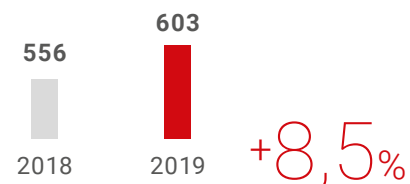
GRI 102-7, 201-1

## Nuestra operación siguió creciendo y volviéndose más eficiente del 2018 para el 2019

### Área de ventas (mil m<sup>2</sup>)



### Total de tiendas



### Total de ventas en nuestras tiendas en R\$ millones



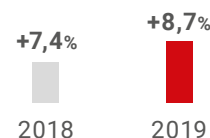
### Ingresos de los productos financieros en R\$ millones



### Internacionalización

Inicio de las operaciones en Argentina con **4 tiendas** y expansión con **2 nuevas tiendas** en Uruguay, sumando 9 tiendas

### Aumento de las ventas en las mismas tiendas



Si no considerásemos las tiendas nuevas, incluso así las ventas habrían **acelerado su ritmo de crecimiento**

Redujimos el **porcentaje de gastos operativos** (ventas, generales y administrativos) en relación a nuestros ingresos

de **37,1%** en 2018 para **36,7%\*** en 2019

*\*Considerando cálculo proforma sin efecto del IFRS 16 para dar mayor comparabilidad.*

## Un crecimiento sostenible, que hemos conquistado año tras año...

**En la última década (2010-2019), nuestros principales indicadores evolucionaron continúa e ininterrumpidamente**

- Ingresos Netos **+3,9 veces**
- EBITDA Ajustado Total **+ 3,9 veces**
- Beneficio Neto **+3,6 veces**
- Número de tiendas **+4,5 veces**
- Área de ventas **+ 2,7 veces**

**Niveles por encima del ritmo del escenario macroeconómico\***

- PIB **+1,9 vez**
- PIB per capta **+2,1 vez**

*\*Datos disponibles hasta el 2018.*

## y lo hemos compartido con la sociedad

**Valor agregado revertido a la sociedad**

- bajo la forma de impuestos **+3,5 veces**

**Sumando R\$ 2,7 mil millones distribuidos entre:**

- 2,6% municipios
- 57,1% estados
- 40,3% federación

- y en la remuneración de nuestros colaboradores **+3,1 veces**

**Sumando R\$ 966,5 millones**

# Desempeño

A continuación, presentamos un resumen del análisis de nuestro desempeño operativo y financiero en el 2019. Conozca nuestros resultados detallados en los Estados de Resultado (Pg. 23), y los comentarios de la Administración sobre el desempeño del año en el Informe de Administración (Pg. 3), ambos parte de nuestro Balance Anual.

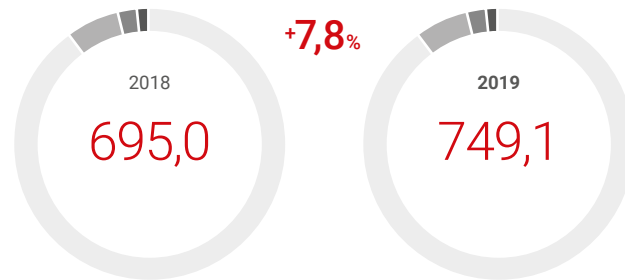
## Mercado minorista

### CRECIMIENTO DE LA OPERACIÓN

En el 2019, seguimos dentro del ritmo planificado de expansión de tiendas, fueron 47 nuevas tiendas.

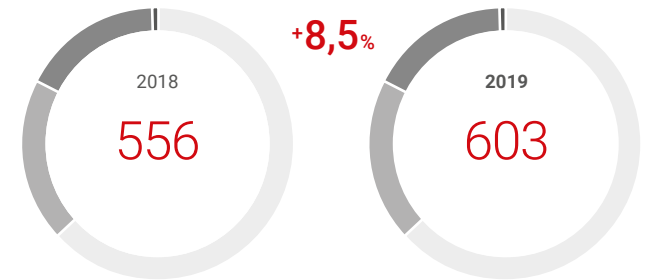
**Inauguramos nuestras primeras cuatro tiendas en Argentina, en Buenos Aires y Córdoba, ampliamos nuestra presencia en Uruguay con dos nuevas tiendas, sumando nueve unidades en el país,** en Montevideo y región metropolitana, Rivera y Punta del Este y también le dimos inicio al e-commerce en Uruguay.

ÁREA DE VENTAS (MIL M<sup>2</sup>)



2018	2019
632,7 Renner*	683,7 Renner*
46,8 Camicado	48,7 Camicado
15,5 Youcom	16,7 Youcom

NÚMERO DE TIENDAS



2018	2019
351 Renner	380 Renner
108 Camicado	114 Camicado
94 Youcom	101 Youcom
3 Ashua	8 Ashua

\*Inclue Ashua.

## INGRESOS NETOS DE LAS VENTAS DE MERCADERÍAS

El 2019 estuvo marcado por la consistencia de las colecciones, eficiencia de las operaciones y por la adecuada composición de las existencias. Estos factores, sumados a las mejoras implementadas en la experiencia de compras de los clientes, principalmente con la introducción de tecnología en diferentes procesos, llevaron al crecimiento del flujo de clientes en las tiendas de Renner.

Así, el Ingreso Neto de las Ventas de Mercaderías alcanzó R\$ 8.474,7 millones, un crecimiento del 13,2%, con Ventas en Tiendas Propias del 8,7%, evidenciando consistentes incrementos en la participación de mercado a lo largo del año, debido a que el sector del vestuario y calzados evolucionó solo un 1,1%, en el acumulado hasta noviembre, según datos del Índice PMC – Pesquisa Mensal do Comércio (Encuesta Mensual de Comercio) del IBGE.

## COSTO DE LAS MERCADERÍAS VENDIDAS (CMV) Y LUCRO BRUTO DE LA OPERACIÓN MINORISTA

El CMV presentó un aumento del 13,8% con relación al año anterior, levemente por encima del crecimiento del Ingreso Neto de Mercaderías. De esta forma, el Lucro Bruto de la Operación Minorista sumó R\$ 4.767,4 millones, un crecimiento del 12,8%, con un margen del 56,3%, frente a 2018 (-0,2 p.p.). Mejoras en la reactividad del negocio y en la calidad de los productos ofrecidos permitieron este desempeño, compensando

casi que en su totalidad el efecto negativo del tipo de cambio contratado para los artículos importados, principalmente en el primer semestre del año.

## GASTOS OPERATIVOS

Los Gastos por Ventas, Generales y Administrativos (VG&A) totalizaron R\$ 2.701,1 millones, 2,7% menores que en 2018, en función, básicamente, de la adopción del IFRS 16, que disminuyó esta cuenta en R\$ 411,1 millones.

En bases comparables, estos gastos crecieron 12,2%, por debajo del crecimiento de 13,2% del Ingreso Neto en el periodo, asegurando un apalancamiento operativo de 0,4 p.p.. Este desempeño fue consecuencia del menor crecimiento de los Gastos por Ventas (+11,6%), reflejando aumentos de productividad y mayor eficiencia en las operaciones.

## EBITDA AJUSTADO MINORISTA

El EBITDA Ajustado Minorista alcanzó R\$ 1.586,6 millones, en 2019, 11,4% mayor que en el año anterior, con Margen del 18,7%, *versus* 19,0% en 2018. Este desempeño se explica, principalmente, por el aumento en los Otros Gastos Operativos y por el efecto de la adopción del IFRS 16, que redujo este resultado en R\$ 35,2 millones (0,4 p.p.).

Si se excluye el efecto del IFRS 16, el EBITDA Minorista habría crecido 13,9%, con Margen del 19,1%.

## E-Commerce

El e-commerce siguió con buen desempeño, con crecimiento de un 52,8%, en el año, superior al del sector de vestuario y calzados online, según datos divulgados por empresa especializada hasta noviembre. Este desempeño es el resultado de iniciativas implementadas, como el Retire en la Tienda, así como también mejoras en la *app* y en la experiencia de compras.



### **RESULTADO DE LOS PRODUCTOS FINANCIEROS**

El resultado de productos financieros sumó R\$ 391,5 millones con un aumento del 12% en Meu Cartão (Mi Tarjeta), reflejo del aumento del 42,6% en esta cartera. Adicionalmente, el crecimiento del ingreso del Private Label reflejó el menor costo de *funding* y la apropiación de intereses en las transacciones que pasaron a ser reconocidas en el Realize CFI, a partir de abril.

En cuanto a las Pérdidas Netas fueron 35,8% mayores, en 2019, en función, principalmente, del mayor aprovisionamiento del Private Label, como consecuencia de las transacciones en el Realize CFI. Los Gastos Operativos, a su vez, aumentaron un 12,0% por debajo del crecimiento del Ingreso Neto de la operación.

### **CARTERA DE CRÉDITO**

La cartera total de productos financieros presentó un crecimiento del 23,6% con relación al año anterior, principalmente en razón del mayor uso de Meu Cartão (Mi Tarjeta), cuyo portafolio totalizó R\$ 2.070,6 millones (+42,6%). El Private Label, por su lado, totalizó R\$ 1.317,3 millones de cartera, en diciembre de 2019, 2,7% mayor que en el año anterior, y la del Saque Rápido creció 9,8%, alcanzando R\$ 55,8 millones.

### **CONDICIONES DE PAGO**

Las Tarjetas Renner sumaban 32,5 millones de unidades en diciembre de 2019 y registraron una participación del 43,7% en las ventas de mercaderías *versus* 44,2% en 2018, porcentaje menor que en el año anterior, principalmente, por la reducción de la participación del 0+8, reflejo del comportamiento del cliente, con menor propensión a la compras en cuotas con intereses.

El *ticket* promedio de la Tarjeta Renner fue de R\$ 207,86, en 2019, un 3,2% mayor que en 2018. Mientras que el *ticket* promedio de la Compañía fue de R\$ 154,54, con un crecimiento del 3,7% en los periodos comparados.

## Resultados consolidados

### **EBITDA AJUSTADO TOTAL: MINORISTA + PRODUCTOS FINANCIEROS**

El EBITDA Ajustado Total fue de R\$ 1.978,1 millones y presentó un crecimiento del 11,5%, con Margen del 23,3%, *versus* 23,7% en 2018, básicamente acompañando el Margen EBITDA Minorista. Si se excluye el efecto del IFRS 16, este resultado habría crecido un 13,5%, con Margen del 23,8%, reflejando el apalancamiento operativo en el periodo.

### **RESULTADO FINANCIERO NETO**

En 2019, el Resultado Financiero Neto fue negativo en R\$ 131,8 millones, un aumento del 145,8%, frente a 2018, sobre todo, en razón, del reconocimiento de 82,2% en Gastos Financieros de Arrendamiento, referente, principalmente, a la adopción del IFRS 16. En bases comparables, este resultado fue negativo en R\$ 49,6 millones *versus* R\$ 53,6 millones también negativos en 2018, con la reducción en los ingresos financieros siendo compensadas por el menor costo de financiamiento en el periodo.

### **FLUJO DE CAJA LIBRE**

En 2019, la Compañía generó un Flujo de Caja Libre de R\$ 297,6 millones, con una reducción de R\$ 304,9 millones frente a 2018, debido, principalmente, a los Financiamientos Operativos de Productos Financieros. Con la liquidación del FIDC, en abril de 2019, que financiaba la operación del Private Label, estos financiamientos pasaron, también, a ser realizados con capital propio de Realize/CFI.

Excluido el efecto de los financiamientos operativos de productos financieros, el flujo de caja libre habría sido de R\$ 657,8 millones en 2019 frente a R\$ 448,4 millones en 2018.

### **ENDEUDAMIENTO/DISPONIBILIDADES NETAS**

Al 31 de diciembre de 2019, el Endeudamiento Neto de la Compañía era de R\$ 272,7 millones, un 46,0% menor que la posición de 2018. Esta reducción se debió a los menores niveles de Financiamientos Operativos, como consecuencia de la liquidación del FIDC, comentada anteriormente, y del mantenimiento de los niveles de Caja y Aplicaciones Financieras.

### **LUCRO NETO**

El Lucro Neto de 2019 totalizó R\$ 1.099,1 millones, presentando un crecimiento de 7,7% frente 2018, con Margen de 13,0% *versus* 13,6% en el año anterior.

Esta reducción en el Margen Neto se debió, principalmente, a la normalización de la alícuota efectiva de IR. En 2018, hubo reconocimiento de créditos tributarios no recurrentes, referentes a la decisión judicial tramitada en juzgado relacionada a la deducción fiscal del Programa de Alimentación del Trabajador – PAT, así como también del reconocimiento de los valores considerados subvención para inversiones, según la Ley Complementaria 160/17.

Adicionalmente, el resultado operativo fue impactado por la adopción del IFRS 16, antes mencionada. Si se excluyen estos efectos, el Lucro Neto habría crecido 13,0%, con Margen estable.

### **INVERSIONES**

En línea con la estrategia de largo plazo de la Compañía, en 2019, las inversiones en activos fijos totalizaron R\$ 751,4 millones. De este monto, 34,9% fueron dirigidos a la apertura de 52 nuevas tiendas, siendo 29 Renner, 9 Camicado, 9 Youcom y 5 Ashua. Además, 32,9% fueron invertidos en sistemas y equipos de Tecnología y 19,3% en Centros de Distribución, relacionados al comienzo de la construcción del nuevo CD en São Paulo. El restante 12,9% fueron aplicados a reformas de unidades y otros.

# Estrategia



## Ciclo Digital

### MEJORÍA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE



- Elegida 9ª entre 12 marcas especialistas en el *ranking* Índice de Madurez Digital (IMD)
- Nuevas tecnologías de compra, pago y entrega en las tiendas y *e-commerce*



Big Data y Business Intelligence para la **evolución de la eficiencia** del negocio

100% de las tiendas Renner en todo Brasil identificados por RFID

**Inteligencia artificial de previsibilidad** al nivel de existencias de producto por tienda

## Evolución logística



20% de **reducción** en el tiempo de entrega de los productos en tienda



### Aumento de piezas

por vehículo en **11,7%** en la transferencia entre tiendas y **6,4%** entre CD y tiendas, transportando más con menos km rodados



### Nuevo Centro de Distribución (CD)

Inicio de la construcción del **nuevo CD en São Paulo con 177,8 mil m<sup>2</sup>**, que en el 2022 traerá beneficios de eficiencia de:

**-7,6%** en el volumen de km rodados y de emisión de **CO<sub>2</sub>** con la revisión de la red logística

## COMPROMISO CON LA Moda Responsable



• 6º año consecutivo en el Índice de Sostenibilidad Empresarial de B3



• 5º año en Dow Jones Sustainability Index (DSJI)



• 4º año consecutivo en la Guía Examen de Sostenibilidad, siendo elegida como la más sostenible del sector y destaque en la gestión del agua

### Compromisos públicos 2021:

- 80% de productos<sup>1</sup> menos impactantes, siendo 100% de algodón certificado
- 100% de la cadena<sup>2</sup> nacional e internacional de reventa con certificación<sup>3</sup> socio-ambiental
- 75% del consumo de energía corporativo será de fuentes de energías renovables<sup>4</sup>
- 20% de reducción de las emisiones absolutas de CO<sub>2</sub><sup>5</sup>

<sup>1</sup> Considerando los productos de vestuario.

<sup>2</sup> Empresas de 1º y 2º nivel que producen la marca Renner.

<sup>3</sup> Certificaciones y/o auditorías Renner acreditada por organismo externo.

<sup>4</sup> Considerando fuentes de energía renovable de bajo impacto: pequeñas centrales hidroeléctricas (PCHs), solar, eólica y biomasa.

<sup>5</sup> Con base en el inventario 2017 y considerando alcances 1, 2 (enfoque de elección de compra) y 3.

Ser digital es mucho más sobre personas que sobre tecnología. Es absorber tecnología para cumplir y reforzar nuestra propuesta de valor y nuestra visión de encantar a todos. Usamos la tecnología como habilitador para transformar la experiencia del cliente, los procesos operativos y el modelo de negocio, trayendo más ingresos y eficiencia operativa.

El 2019 es el primer año de nuestro ciclo estratégico de transformación digital 2019-2025 y trajo importantes avances tanto en el desarrollo de nuevas tecnologías, como en el avance de la cultura de innovación, a partir de la modernización que está siendo realizada en los últimos años.

La transformación digital también apoya nuestra sostenibilidad, pues nos brinda informaciones más precisas para la toma de decisión, aumentando nuestra asertividad, evitando desperdicios y mejorando los resultados, lo que genera un negocio más eficiente y con menor impacto socio-ambiental.

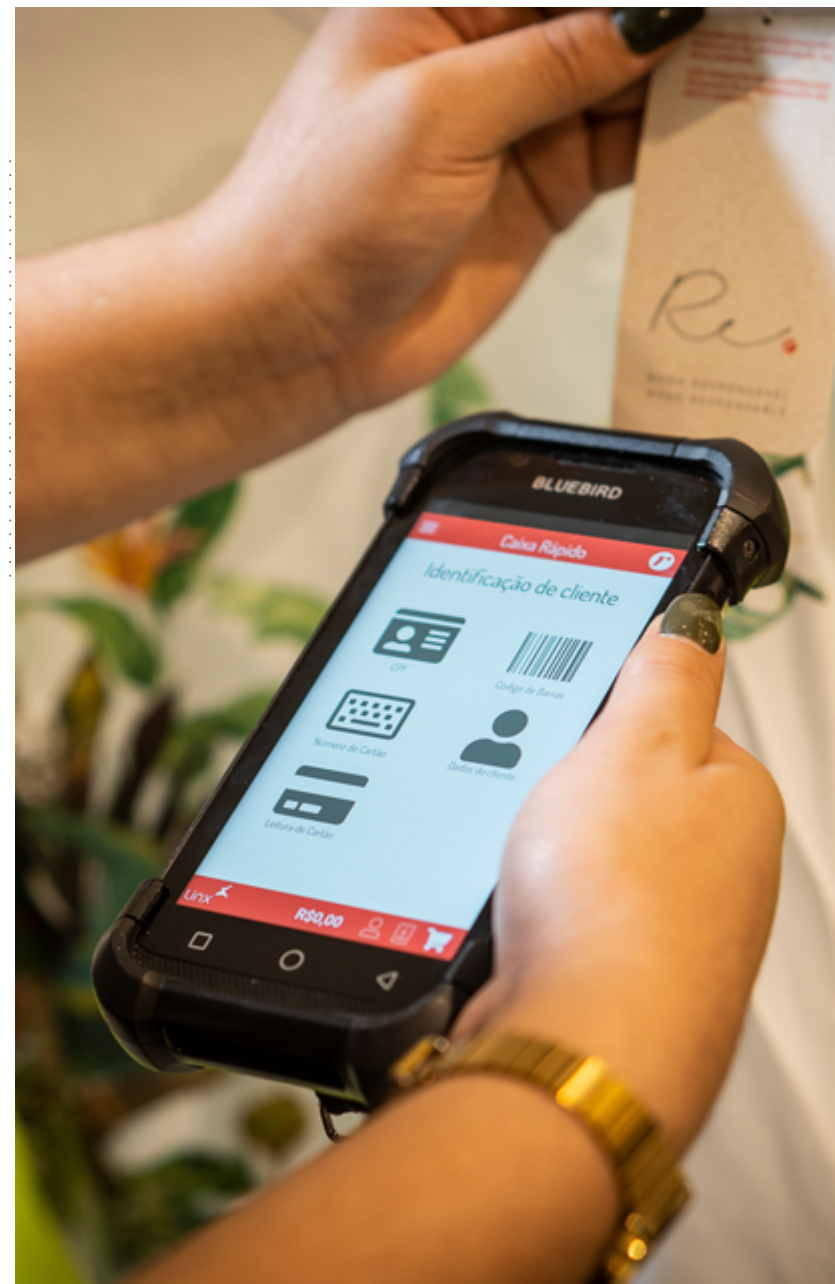
Conozca, en la siguiente página, los tres principales objetivos de la transformación digital y los principales proyectos estructurantes en desarrollo.

## Innovación para Transformación Digital

**Realize** abrió sus puertas para su 1º Hackathon, un maratón tecnológico de 48 horas seguidas en que los equipos que desarrollasen las mejores soluciones digitales para Realize serían premiadas con R\$ 18 mil en efectivo y R\$ 8,7 mil en compras en Renner distribuido entre los 3 primeros lugares.

**El desafío era:** ¿cómo utilizar la tecnología para atraer clientes para los productos financieros de Realize, tanto en el mundo físico como en el digital?

El evento contó con 340 inscritos entre profesionales y estudiantes de áreas como desarrollo de *softwares*, ingeniería de la computación, tecnología de la información, ciencia de datos, marketing, diseño, etc. En total, 50 fueron escogidos para desarrollar soluciones digitales para el negocio.





## OBJETIVOS

### VISIÓN ÚNICA DEL CLIENTE

Transformar datos en acciones



maximizar la comunicación con los clientes que ya identificamos



conocer los clientes que aún no identificamos



crear una experiencia de relación personalizada y consistente al cliente

### DATA DRIVEN DECISION PARA EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

Aplicar tecnología en las colecciones

mejorar el proceso decisorio en la elección de tendencias con base en análisis predictivos

aplicar una mayor inteligencia en los procesos de surtimiento y distribución buscando precisión por SKU/Tienda

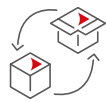
dominar la cadena de suministro para tener una mayor agilidad en las decisiones



actuar en el *feedback* de nuestros clientes y consumidores

### TRANSFORMACIÓN OMNICHANNEL

Crear una experiencia de compra única



orquestrar los inventarios



adecuar los canales de venta (infraestructura física, sistemas y procesos)



ecualizar las prácticas en los canales de venta (precio, condiciones y formas de pago)



entregar una experiencia de post venta *omnichannel*

## PRINCIPALES PROYECTOS

**Venta móvil** – herramienta implementada en el 2018 en consolidación en el año 2019, permite consultar la disponibilidad de producto, en la propia tienda o en tiendas cercanas, en tiempo real y finalizar la compra de un cliente en cualquier lugar de la tienda.

**Caja autoservicio** – solución de pago de las compras en las tarjetas Renner y otras marcas en 13 tiendas físicas.

**Renner Pague Digital** – experiencia de compra por el cliente en su aplicación en el *smartphone*, con Tarjeta Renner, de cualquier lugar de la tienda, en 30 tiendas.

**Encantómetro digital** – tótem digital que consolida la percepción de satisfacción de clientes en tiempo real.

**Venta digital** – las tiendas físicas pueden ofrecerles a los clientes, además de sus inventarios, los productos de nuestro *e-commerce*.

**Tarjeta por acercamiento** – lanzamos Mi Tarjeta con tecnología de pago por acercamiento.

**Consulta de productos** – *app* de atención que sugiere combinaciones de productos complementarios para componer *looks* y permite visualizar cantidades de existencias y reservar productos de otra tienda.

**Radiofrecuencia (RFID)** – en poco menos de 4 meses, finalizamos la implantación de la identificación de productos por RFID en el 80% de los productos de TODAS las tiendas Renner en Brasil.

### Retaguardia más tecnológica del mercado minorista brasileño

– uso de una aplicación de direccionamiento de inventarios en todas las tiendas Renner en Brasil y Uruguay y, en las tiendas de Brasil uso también de una aplicación RFID para la reposición de productos del inventario para el área de ventas.

**Aplicación para remarcación** – todas las tiendas Renner en Brasil y Uruguay usan *app* de remarcación de productos.

**Distribución y surtimiento *data driven*** – desde el 2018, usamos modelos y algoritmos de predicción de demandas que nos permitieron llegar a una inteligencia artificial de previsibilidad en el nivel de existencias de producto por tienda, 100% integrada con los sistemas de Renner con la ubicación para el abastecimiento de forma 100% automatizada. Alcanzamos la meta de migrar el 8,5% de los ítems vendidos (con base en los resultados en el 2018) para esta plataforma en el 2019 y tuvimos una reducción del 15% de la necesidad de existencias al mismo tiempo en que avanzamos en 7,5% en las ventas de estos ítems.

**Jornada 100% autónoma** – creamos un proyecto piloto con una nueva forma de entrega para las compras *online* con la modalidad: Retire en Tienda - los *lockers*. Disponible en seis tiendas y en nuestra sede, él permite que el cliente envíe su pedido para un armario, teniendo una jornada 100% autónoma desde la compra hasta tener el producto en sus manos.

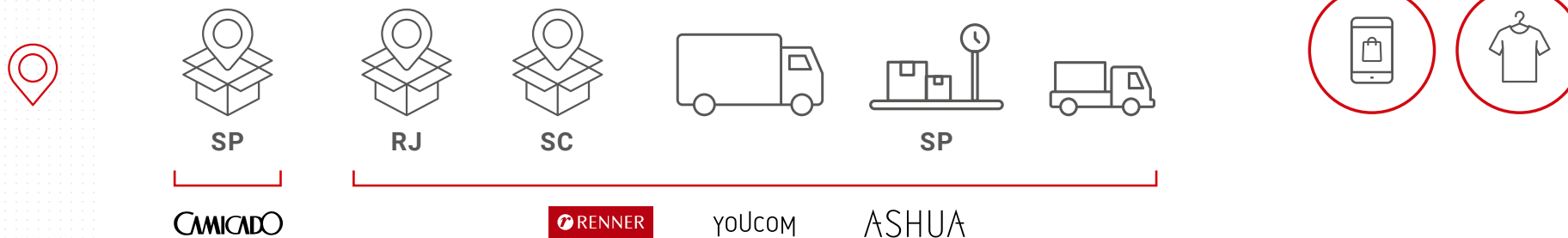
**En el 2019 fuimos elegidos, entre 284 empresas brasileñas evaluadas con respecto a la etapa de desarrollo de sus marcas en la transformación digital, la 9ª entre 12 marcas especialistas en el ranking Índice de Madurez Digital (IMD) Brasil 2019.**

### Principales beneficios

- Visión integrada para la identificación y solución de problemas con agilidad
- Mayor disponibilidad de productos para el cliente
- Más opciones de compra para el cliente
- Inventario de existencias asertivo, ágil y confiable
- Reducción de ruptura
- Aumento de la productividad y calidad de los procesos
- Agilidad en la reposición
- Más tiempo para cuidar del encantamiento del cliente
- Capturar con agilidad el comportamiento de compra de nuestros clientes y readecuar los pedidos a los proveedores para traer tamaños, estampas y piezas más deseadas

# Evolución del modelo logístico

3 Centros de Distribución (CDs) + Flota Subcontratada + *Cross Docking*\* ----- Atienden e-commerce y tiendas



## Conclusión de la implantación de modelo de abastecimiento

La planificación diaria de las operaciones de los Centros de Distribución fue perfeccionada y ahora está sincronizada con la atención de cada una de las tiendas de la empresa, generando beneficios en la velocidad de satisfacción de sus necesidades.

**Reducción del 20% en el tiempo total de entrega en la tienda**

**90% de entregas a las tiendas en el horario**

## Gestión integrada del flujo del producto

Las Direcciones de Producto, Supply Chain y Operaciones de Tiendas crearon un forum de gobierno integrado del flujo del producto, mejorando la planificación y la gestión de forma conjunta, con base en indicadores de desempeño, alcanzando importantes avances.

**Aumento del 20% de consistencia de ítems básicos en tienda**

## Aumento de la eficiencia

En el 2019, mejoramos nuestra productividad en las operaciones de transportes por medio de la conclusión de la implementación del modelo de abastecimiento de los Centros de Distribución, además de cambios en la forma de carga que permitieron enviar más productos por vehículo.

También pasamos a realizar entregas nocturnas en 19 tiendas del estado de São Paulo, ganando agilidad.

**+10% de piezas embarcadas por vehículo, equivalente a la reducción de 2,1 millones de km rodados**

## Construcción de nuevo CD y revisión de red

Iniciamos la construcción de nuestro nuevo Centro de Distribución en Cabreúva (SP), con conclusión prevista para el 2022, que permitirá aumentos de eficiencia, velocidad y sinergia entre los negocios y la integración entre los canales *online* y *off-line*.

\*Cambio para camiones pequeños para entrega en la ciudad de São Paulo.

# Compromiso estratégico con la Moda Responsable

**Creemos que la moda debe ser justa, consciente y responsable y nuestras directrices estratégicas de sostenibilidad orientan nuestra actuación para esto.**

Definimos en nuestro plan estratégico de Moda Responsable los temas prioritarios para la sostenibilidad del negocio hasta el 2021. Con base en ellos, el Comité de Sostenibilidad y el equipo de sostenibilidad actúan en la identificación continua y minimización de los riesgos socio-ambientales relevantes de nuestra cadena de valor por medio de grandes proyectos en cuatro frentes:

## 1 Proveedores responsables

### Objetivo 1

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

## 2 Gestión ecoeficiente

### Objetivo 2

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

### 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 comunicarle el valor al cliente

## 3 Comprometer: colaboradores, comunidades periféricas y clientes

### Objetivo 4

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



Conozca nuestra actuación y desempeño detallado en cada uno de los pilares de la **Moda Responsable** en los próximos capítulos (Pgs. 32, 46, 57 y 66).

## Estructura sólida de gestión

Reflejo de la consistencia de nuestro compromiso con la sostenibilidad, contamos con una estructura de gestión basada en políticas, procedimientos y equipo dedicados al desarrollo sostenible, garantizando un enfoque sistémico y profundo para los impactos de nuestra operación con el objetivo de ampliar nuestra generación de valor y el impacto positivo en la cadena.

### Políticas

- Política de Sostenibilidad
- Política de Derechos Humanos
- Código de Conducta para Colaboradores
- Código de Conducta para Proveedores

### Equipo dedicado

- Gerencia senior de sostenibilidad en la Dirección de RH con áreas y profesionales dedicados a:



**Ecoeficiencia:** 3 analistas, 1 especialista, 1 consultor técnico y 1 gerente senior



**Conformidad de Proveedores de Reventa:** 3 analistas, 10 auditores, 1 especialista, 1 coordinador y 1 gerente



**Instituto Tiendas Renner:** 1 analista y 1 coordinador

La solidez de nuestra estrategia y el avance en la adopción de prácticas más sostenibles en nuestro modelo de negocio ha sido reconocidas por las principales herramientas de evaluación de la Sostenibilidad Empresarial. **Fuimos seleccionados por 6º año consecutivo para el Índice de Sostenibilidad Empresarial de B3 y por 5º año (2º consecutivo) para Dow Jones Sustainability Index (DJSI)**, que cuenta con 318 empresas de 27 países y solamente siete brasileñas, siendo la única del mercado minorista.

## Derechos humanos

**El respeto a los derechos humanos es una premisa innegociable para Tiendas Renner S.A. y nos comprometemos a actuar proactivamente en la promoción de los Derechos Humanos, por medio de la:**

- Prevención de posibles violaciones para la protección y el respeto a estos derechos.
- Aplicación de nuestros mejores esfuerzos para remediar los impactos y consecuencias negativas de la actuación de la Compañía, o de terceros con quienes tengamos relaciones comerciales en nuestra cadena.

**Orientamos nuestro compromiso con base en las mejores prácticas establecidas por declaraciones internacionales de derechos humanos ampliamente legitimadas y reconocidas:**

- Objetivos del Desarrollo Sostenible de la ONU.
- Principios Orientadores sobre Empresas y Derechos Humanos de la ONU.
- Carta Internacional de los Derechos Humanos de la ONU y sus instrumentos: Declaración Internacional de los Derechos Humanos, Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos y Pacto Internacional sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales.

- Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).
- Directrices para Multinacionales de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).
- Declaración de la Organización Internacional el Trabajo (OIT) sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo.
- Constitución Federal Brasileña.

**Para que nuestro compromiso con el respeto y la promoción de los derechos humanos impregne nuestra actuación, él también se desdobra en un conjunto de políticas, reglamentos y procedimientos internos que le dan base a nuestra sólida cultura de sostenibilidad para la construcción de una moda justa, consciente y responsable:**

- Código de Conducta para Proveedores
- Manual de Proveedores de Reventa
- Código de Conducta para Colaboradores
- Política de Sostenibilidad
- **Política de Derechos Humanos, aprobada en el 2019**

### Diligencia

Promovimos, en el 2019, un estudio de Due Dilligence de Derechos Humanos, con apoyo de consultoría especializada y alineado a las directrices de la ONU, dando origen a una matriz que clasifica la probabilidad de ocurrencia de violaciones y la severidad del impacto potencial generado, así como también potenciales públicos afectados.

Con esto podemos identificar con claridad los principales riesgos de violación a los cuales estamos expuestos y las oportunidades de promover los Derechos Humanos en la cadena de valor de nuestro negocio, además de involucrar a los líderes y darle aún más solidez a nuestra agenda de gestión y promoción de los derechos humanos.

# Colaboración para la transformación

GRI 102-12, 102-13

**Participamos activamente en organizaciones para el desarrollo del sector y para la promoción de la sostenibilidad en los negocios para ampliar el aprendizaje y compartir nuestro conocimiento a favor del desarrollo sostenible:**

## SECTORIALES

- Miembros del Comité de Sostenibilidad y del Comité de Personas del Instituto para el Desarrollo del Mercado Minorista (IDV).
- Miembros de Better Cotton Initiative (BCI) — iniciativa mundial para algodón certificado producido de forma menos impactante.
- Miembros del Comité Técnico de Relaciones Sindicales y del Trabajo de la Federación del Comercio de Bienes y de Servicios del Estado de Río Grande do Sul (Fecomercio — RS).
- Participamos de reuniones de la Dirección Ejecutiva y de grupos de trabajo con enfoques específicos de la Asociación Brasileña Del Mercado Minorista Textil (ABVTEX), como el Comité Jurídico, GT Proveedores y GT Calidad y Sostenibilidad.

- Miembros de Textile Exchange, organización global dirigida al desarrollo de productos textiles menos impactantes.
- Miembro del Grupo de Institutos y Fundaciones Empresariales (GIFE) por medio del Instituto Lojas Renner.
- Apoyadores del Fashion Industry Charter for Climate Action, compromiso creado por la Convención Cuadro de las Naciones Unidas sobre el Cambio del Clima (UNFCCC), que establece una meta de reducción de 30% de las emisiones del sector en el mundo antes del 2030 y detalla objetivos y planes de acción para esto.

## TEMÁTICOS (SOSTENIBILIDAD)

- Signatarios del Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).
- Asociados al Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS).
- Miembros de Green Building Council Brasil, que orienta prácticas de construcción sostenibles.

- Asociados al Instituto Pacto Nacional por la Erradicación del Trabajo Esclavo (InPACTO).
- Apoyadores del Programa Na Mão Certa, de Childhood Brasil, que combate el abuso y explotación sexual de niños y adolescentes.
- Signatarios de los Principios por el Empoderamiento de las Mujeres, de ONU Mujeres.
- Asociados al Instituto Ethos.
- Apoyadores y miembros del comité gestor del Compromiso con el Clima, que une empresas que desean apoyar proyectos socio-ambientales y fomentar una economía de bajo carbono al compensar, juntas, sus emisiones de gases de efecto invernadero.
- Signatarios de la campaña Business Ambition for 1.5 °C (ambición de los negocios para 1,5 °C), de la ONU, que invita a empresas a establecer metas basadas en datos científicos de reducción de las emisiones en un monto suficiente para contribuir con la limitación del aumento de la temperatura global a 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales.

# Proveedores responsables

Manufacturado Social y de Relación



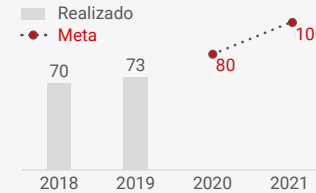
GRI 102-9, GRI 103-1, 103-2, 103-3, 204-1

## COMPROMISO PÚBLICO 2021

Tener 100% de la cadena nacional e internacional de los Proveedores de Reventa con certificación socio-ambiental

## STATUS

En marcha: ●●○○



2.801  
proveedores

### Proveedores Administrativos

2.313 proveedores → 36% de los gastos

### Proveedores de Reventa

488 proveedores → 64% de los gastos

#### Proveedores Administrativos Críticos

203 100% de ellos homologados (construcción civil, logística y mantenimiento)

67%  
Brasil

33%  
Internacionales

visitas de monitoreo en 100% de los alojamientos, en 91,5% de las obras en Brasil, en 100% de las obras en Argentina y 80% en Uruguay

visitas técnicas de homologación en el 100% de los proveedores nacionales y 99% de los internacionales

-36% de planes de acción generados en auditoría

# Compromisos y principios

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

Nuestra red de relaciones contó con 2.801 proveedores, que representaron gastos por R\$ 5,2 mil millones en 2019.

Como minorista, el comprometimiento, monitoreo y **desarrollo de la cadena de suministro es una directriz fundamental en nuestra estrategia de sostenibilidad.**

Es con un trabajo muy cercano de nuestros proveedores que apoyamos sus ciclos de desarrollo y sostenibilidad y promovemos su alineamiento a nuestros objetivos y valores, mitigando riesgos e impactos negativos y potencializando nuestro impacto positivo en la construcción de una cadena de suministro ética, responsable y, cada día, más sostenible.

Para esto, tenemos dos equipos y estrategias de gestión dedicadas a nuestros Proveedores Administrativos e Proveedores de Reventa, los que producen los ítems que vendemos en nuestras tiendas.

Para los proveedores identificados con mayor riesgo de impacto\* en cada grupo, contamos con un ciclo consistente de gestión y de relación en los pilares de Homologación, Monitoreo y Control (para Proveedores Administrativos y de Reventa), y de Desarrollo (para Proveedores de Reventa nacionales), presentados en detalles en los subcapítulos a continuación.

*\*Renner considera proveedores críticos aquellos que presentan riesgo en, por lo menos, uno de los pilares a continuación: financiero, conformidad socioambiental, calidad de producto, logística y reputación.*

Además de este ciclo, todos los proveedores (100%) deben comprometerse con nuestro Código de Conducta para Proveedores, por medio de la firma del Contrato Comercial y del Término de Compromiso de Conducta Responsable, declarando asumir las conductas esperadas en sus operaciones, con relación a los siguientes temas:

- Combate y no aceptación del trabajo infantil
- Combate y no aceptación del trabajo forzado o trabajo esclavo o análogo al esclavo
- Salud y seguridad
- Promoción de la libertad de asociación y participación sindical
- Explotación sexual infantil
- Preservación del medio ambiente
- Combate a la discriminación
- Prácticas disciplinarias
- Expediente de trabajo y remuneración de acuerdo con la ley
- Compromiso de no usar empleo en no-regular que no respete la legislación laboral
- Legalidad y conformidad
- Prácticas anticorrupción
- Calidad
- Derecho autoral
- Secreto y confidencialidad
- Comunicación y postura con los medios



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

**En el 2019, lanzamos la página de proveedores en nuestro sitio web con informaciones importantes sobre cómo convertirse en un Proveedor Administrativo o de Reventa de la Compañía, además de presentar el Código de Conducta para Proveedores, también disponible en el Portal Nuestra Red.**

**También pasamos a participar del proyecto piloto de InPacto (Pacto Nacional por la Erradicación el Trabajo Esclavo), el Índice de Vulnerabilidad para el Trabajo Esclavo (IVTE),**

que tiene como objetivo mapear la vulnerabilidad para el trabajo esclavo de todos los municipios de Brasil, observando un conjunto de factores que tornan a un municipio o región más vulnerables a violaciones de los derechos humanos.

IVTE le permitirá a las empresas direccionar los esfuerzos y realizar acciones de prevención y combate al trabajo esclavo y trabajo infantil. El piloto será en el estado de Minas Gerais y la Compañía contribuirá con informaciones y participación en reuniones con otras grandes empresas para la creación de metodologías y premisas que tornen a la herramienta más robusta.

# Proveedores administrativos

GRI 308-1, 308-2, 407-1, 414-1, 414-2; AF9, AF10, AF12, AF13, AF14, AF17

## Homologación

Desde el 2018, el **100% de los Proveedores Administrativos de todos los sectores, críticos y no críticos, pasan por la homologación**, donde evaluamos su documentación para asegurar su regularidad y adherencia a nuestros requisitos de contratación.

Los Proveedores Administrativos contratados en los sectores de construcción civil, de logística y mantenimiento, identificados como críticos, también pasan por un proceso de homologación en que una empresa especializada evalúa la documentación de los proveedores con relación a sus prácticas y compromisos con:

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

En los proveedores de prestación de servicio en nuestra sede administrativa, pasamos a realizar también, en el 2019, la homologación funcional, que evalúa el vínculo y aptitud para el trabajo frente a los requisitos legales aplicables a las actividades que realizarán, vinculando este análisis al control de acceso a nuestras instalaciones. A lo largo del año pasaron por este análisis 218 empresas y 1.470 prestadores de servicio.

**En el 2019, podemos destacar que 435 fueron monitoreados a través de la actualización de sus documentos de homologación comercial y, de los proveedores críticos gestionados por el área de Gestión de Proveedores Administrativos (GFA), 97% se mantienen aptos ante los criterios de contratación inicial.**

## RECLAMACIONES O DENUNCIAS

Nuestro **Código de Conducta para Proveedores** ofrece canales para reclamaciones y denuncias y es divulgado a los Proveedores Administrativos en el momento de la contratación y en *workshops* y e-mails. Para los proveedores de construcción civil, también divulgamos los canales *in loco*, por medio de carteles.

## Monitoreo y control

Considerando la criticidad de las actividades de construcción civil, monitoreamos nuestra cadena de proveedores directos y sus contratados, para garantizar continuamente el respeto a la legislación, a los principios acordados, a las buenas prácticas y a la ética y de identificar y promover la evolución de sus prácticas y procesos.

Para eso realizamos visitas técnicas, ejecutadas por empresa especializada, en los sitios de obras y alojamientos, evaluando constructoras, administradoras y sus proveedores. Las inspecciones son orientadas por un *checklist*, suceden sin programación previa y prevén entrevistas con colaboradores, para captar la percepción de la rutina de trabajo. Cada visita resulta en un informe que es enviado a la empresa evaluada.

**En el 2019, fueron 100% de los alojamientos y 91,5% de las obras en Brasil, 100% de las obras en Argentina y 80% en Uruguay evaluadas en sus diferentes etapas. El nivel de calidad de las obras frente a los requisitos exigidos fue del 92%, 12 p.p más que el 2018.**

También realizamos seis visitas técnicas para proveedores de construcción civil involucrados en los procesos de obras para las tiendas de Argentina, utilizando la misma metodología, con *checklists* adaptados a las legislaciones internacionales.

No fueron constatados riesgos a la violación del derecho de ejercer la libertad de asociación y de negociación colectiva, de ocurrencia de trabajo infantil o de colaboradores jóvenes estar expuestos a trabajo peligroso o también de trabajo forzado o análogo al esclavo junto a los proveedores monitoreados. Tampoco fueron registrados casos de incumplimiento de los requisitos legales o acuerdos colectivos de trabajo sobre salarios y horas extras, casos de trabajo infantil, casos relacionados a la discriminación o cualquier incumplimiento del Código de Conducta para Proveedores.

## Comunicación

En el 2019, realizamos un *workshop* con 125 Proveedores Administrativos, el 42% de los proveedores estratégicos, para orientación, diálogo y esclarecimiento de dudas, tornando así nuestras colaboraciones cada vez más generadoras de valor.

# Proveedores de reventa

GRI 308-1, 308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2, AF2, AF3, AF4, AF5, AF8, AF14, AF15, AF16, AF17, CN0501-05

## Perfil

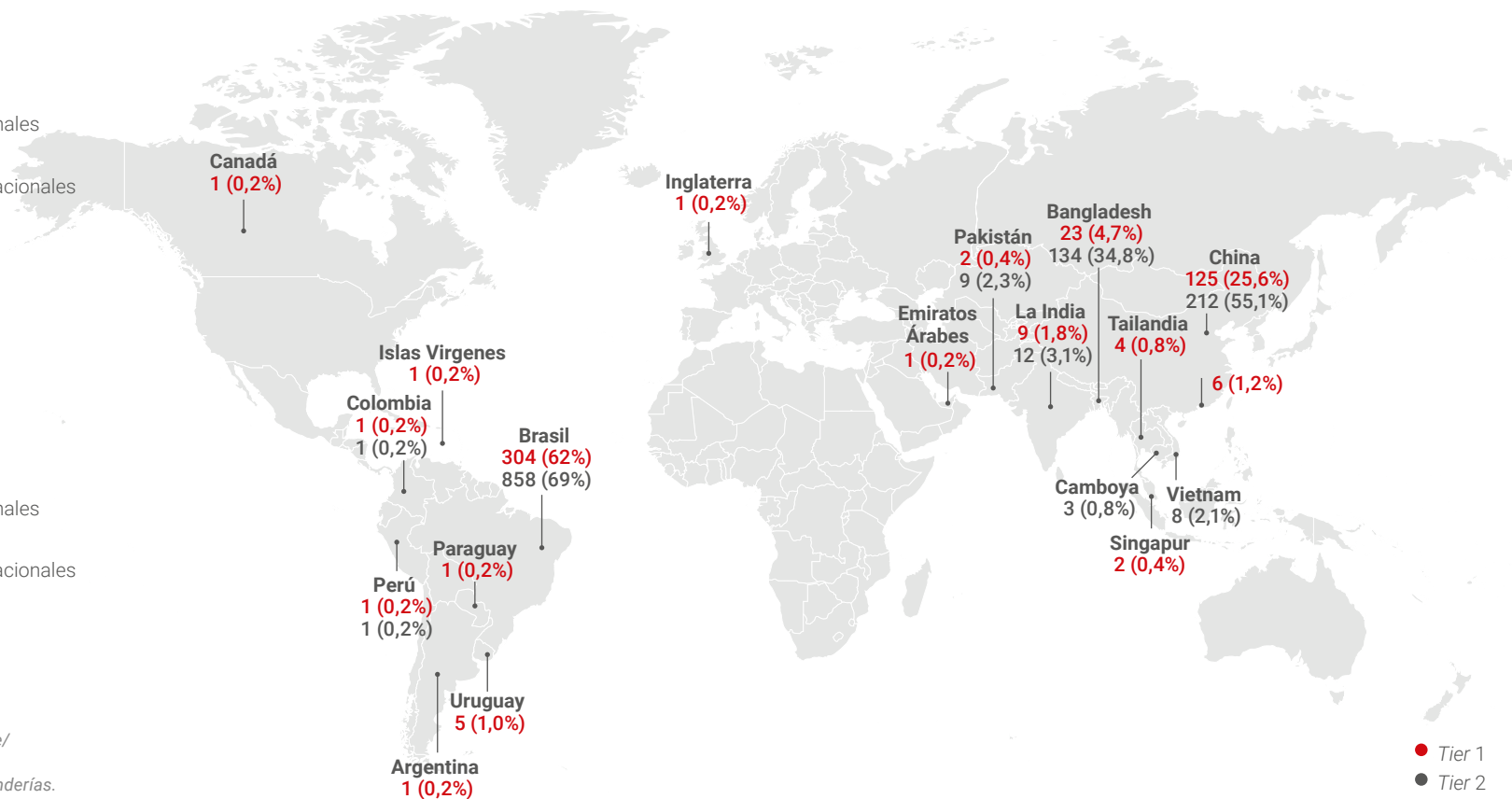
En 2019, nuestra cadena de suministros de reventa estaba compuesta por 488 proveedores (tier 1) y sus 1.243 contratados (tier 2)\*.

### PROVEEDORES TIER 1

### UBICACIÓN DE LOS PROVEEDORES DE DISTRIBUIDORES Y SUS CONTRATADOS



### PROVEEDORES TIER 2

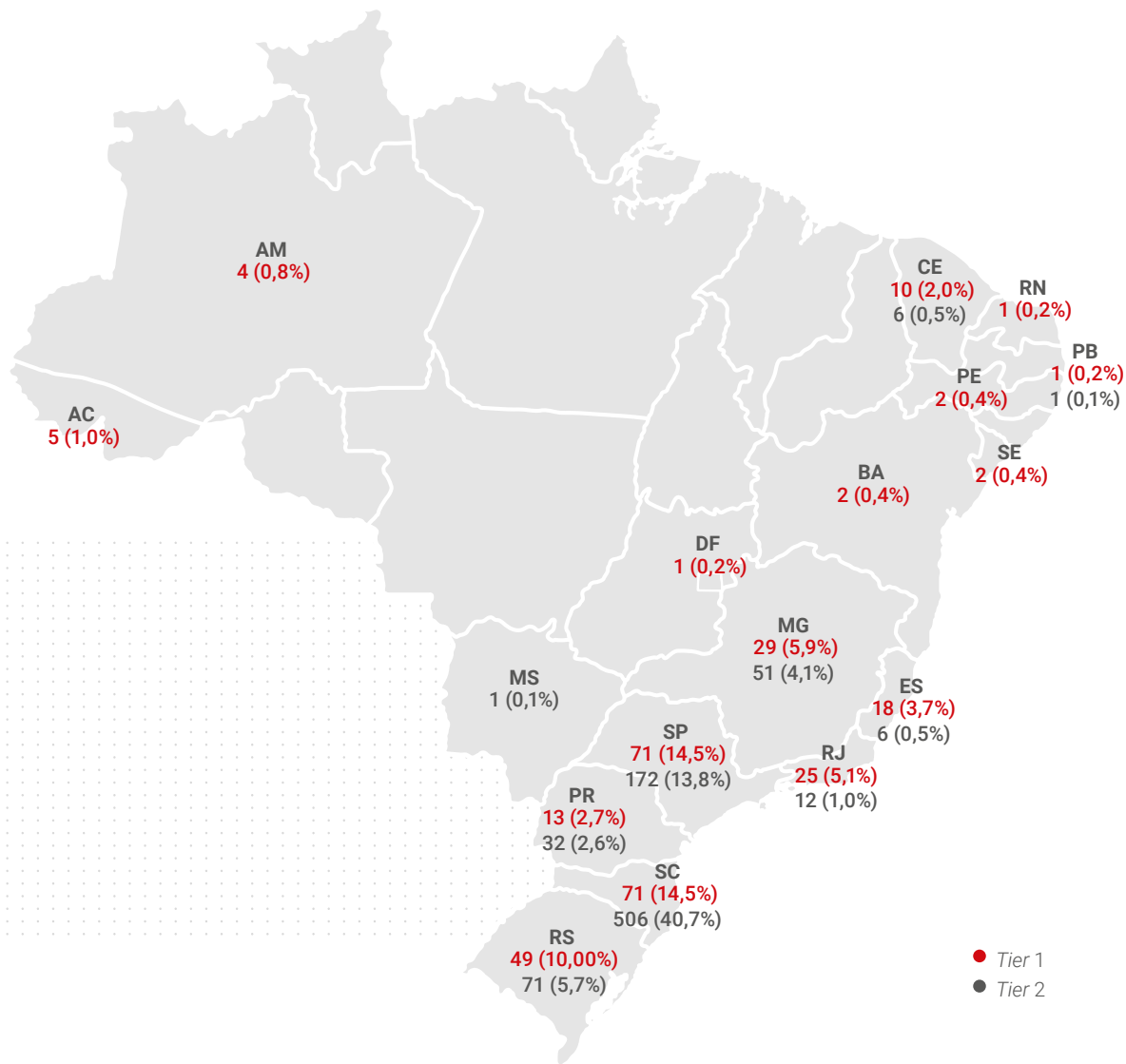


\* Tier 1 - proveedores directos: unidades de producción, corte/montaje/terminación, facciones, private label y tradings.  
Tier 2 - subcontratados: costura, bordados, terminación y lavanderías.

UBICACIÓN DE LOS PROVEEDORES DE DISTRIBUCIÓN NACIONAL Y SUS CONTRATADOS

Gran parte de esas empresas está concentrada en Brasil, país donde Renner nació y donde tenemos la mayor parte de nuestra operación. Por otra parte, casi mitad de la cadena nacional está ubicada en Santa Catarina, estado con tradición en la industria textil y donde está uno de nuestros 4 CDs.

Esta mayor concentración nos permite tener relaciones cercanas con la cadena de suministros, dando oportunidades a acciones de mejora de desempeño y facilitando la creación de proyectos de innovación como el Re Jeans y el Re Malha (sepa más en la página 60).



## Homologación

En el proceso de homologación de Proveedores de Reventa, evaluamos su documentación, su situación financiera (proveedores nacionales) y realizamos visitas técnicas de responsabilidad social para garantizar que la empresa esté alineada a nuestros requisitos de contratación. En el 2019, el análisis documental de los Proveedores de Reventa fue integrado al de los Proveedores Administrativos, dándole más sinergia, estándar y rigor al proceso.

**En el 2019, realizamos la homologación documental del programa de conformidad en el 100% de las empresas Proveedoras de Reventa nacionales e internacionales contratadas en el año. También realizamos la homologación con visitas técnicas en el 100% de las empresas Proveedoras de Reventa nacionales y alcanzamos al 99% de las empresas Proveedoras de Reventa internacionales contratadas en el año.**

Todos nuestros Proveedores de Reventa nacionales y sus contratados de confección, calzados y accesorios, para iniciar su relación con la Compañía, deben ser certificados por ABVTEX (Asociación Brasileña del Mercado Minorista Textil), que evalúa su cumplimiento de las buenas prácticas corporativas de responsabilidad socio-ambiental.

La certificación ABVTEX trae un importante aumento de eficiencia al optimizar las auditorías y compartir sus resultados con toda la cadena textil.

En el año 2019, ABVTEX implementó el Proyecto Evolución, en que pasó a incluir entre las exigencias para la certificación, además de los requisitos legales, nuevos ítems de gestión, *compliance* y responsabilidad ambiental. Con esto, pasó a clasificar a las empresas certificadas en Bronce, Plata y Oro, de acuerdo con su desempeño alineado con protocolos internacionales.

Todos los proveedores también se comprometen con nuestro Código de Conducta para Proveedores, por medio de la firma del Contrato Comercial y del Término de Compromiso de Conducta Responsable, como es mencionado en la página 33.

### RECLAMACIONES O DENUNCIAS

Recibimos y verificamos en menos de cinco días, por medio de una visita de verificación con informe específico, las denuncias o reclamaciones recibidas por teléfono, e-mail, visita técnica de conformidad, canales ABVTEX o cualesquiera otros canales específicos de Tiendas Renner S.A.

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

**Los canales permiten la denuncia confidencial y anónima y la Compañía posee mecanismos de protección del denunciante** con el objetivo de impedir represalias en relación a las denuncias. Además de esto, por e-mail o carta, el denunciante puede hacer la denuncia en todos los idiomas.

Para garantizar el acceso de todos al canal, en las visitas técnicas, uno de los ítems evaluados es si el proveedor posee el código de conducta Renner expuesto en la empresa y si ella le diseminó el código de conducta a sus contratados.

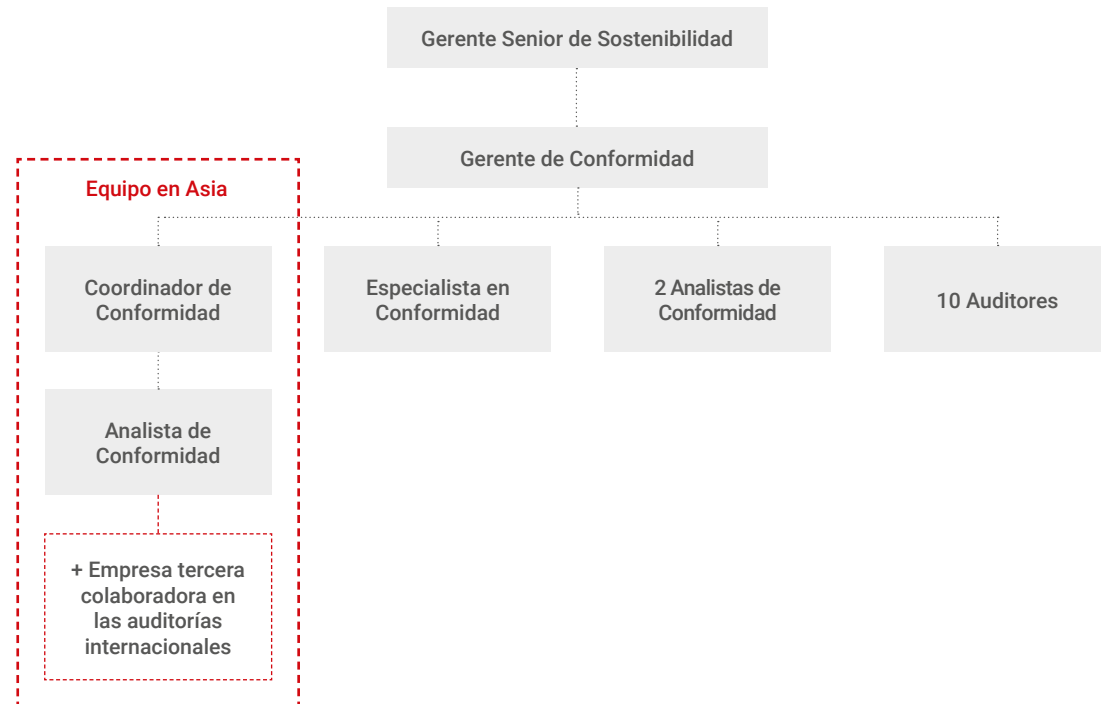
## Monitoreo y control

Contamos con matrices de riesgo de nuestros proveedores nacionales e internacionales basadas en la puntuación identificada en las auditorías, que son realizadas por lo menos una vez al año en proveedores (*tier 1*) y sus contratados (*tier 2*) de confección, accesorios y calzados, además de los proveedores de belleza de la marca Alchemia.

La matriz considera cuatro factores de riesgo: Derechos Constitucionales, Salud y Seguridad del Trabajo, Derechos del trabajador y Formalización de la empresa. Así, evaluamos las condiciones de trabajo y el cumplimiento de la legislación, así como el cumplimiento de conformidad frente a los principios de responsabilidad socio-ambiental establecidos por Tiendas Renner S.A.

**En el 2020 extenderemos este proceso para otro nivel de la cadena de valor del negocio y pasaremos a auditar tintorerías, estampaciones de tejidos y tejedurías de jeans (*tier 3*).**

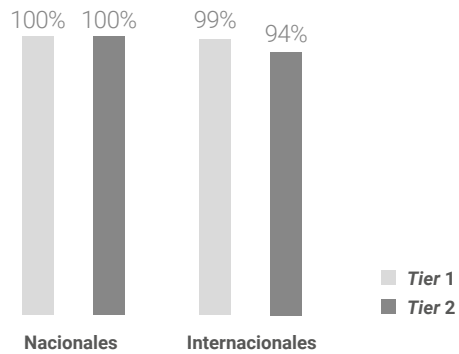
**El proceso es conducido por el área de Conformidad de Proveedores, con un equipo dedicado, amplio y experimentado:**



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 su resolución. En los casos con menor criticidad promovemos la evaluación documental para seguir la marcha del plan y en aquellos de mayor

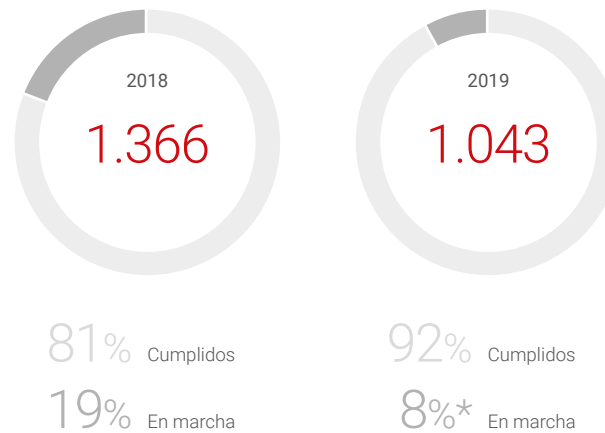
criticidad realizamos visitas técnicas presenciales para su seguimiento. Si el plano no es cumplido, las empresas son bloqueadas/suspendidas, no reciben nuevos pedidos y están sujetas a la desacreditación de la cadena de suministro de Tiendas Renner S.A.

## PROVEEDORES EVALUADOS/MONITOREADOS



## PLANES DE ACCIÓN ESTABLECIDOS

Junto a los proveedores nacionales e internacionales - tier 1 - y sus contratados - tier 2



\* De este total, una pequeña porción de 0,3% de proveedores no cumplió los planes de acción estipulados y tuvieron una ampliación del plazo.

### Macrotemas de las principales no conformidades

- Salud y Seguridad
- Cuestiones Laborales
- Cuestiones Ambientales

Entre estos ítems, Salud y Seguridad es el ítem con mayor repetición y tuvo una disminución del 28% en el último año.

### Mejoría continua

En el 2019, el total de proveedores identificados como críticos disminuyó 39%. Entre los proveedores nacionales, 4,9% de ellos son críticos y entre los internacionales 10,6%.

También redujimos en 25,5% el número de no conformidades identificadas, incluso con el aumento del número de auditorías con la inclusión de los proveedores internacionales y aumentamos en 11 p.p. el índice de resolución de los planes de acción determinados.

También realizamos el monitoreo del desempeño de nuestros Proveedores de Reventa de las cadenas de tela de punto, tejido plano, jeans/sarga, lencería, línea playa, calzados, bisuterías y accesorios por medio de una evaluación mensual, realizada con base en el Índice de Desempeño Global de Proveedores (IDGF).

La evaluación tiene en consideración aspectos comerciales, de logística, calidad, sostenibilidad y el resultado de las evaluaciones orienta programas de desarrollo de proveedores, conducidos con el apoyo del equipo de Gestión de Proveedores de Reventa (conozca más en el ítem PMC, a continuación).

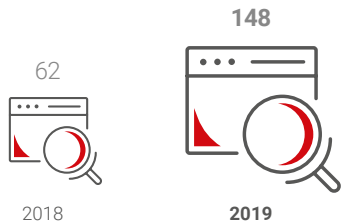
## AVANCES EN EL MONITOREO EN EL 2019

### Evaluación más profundizada

En las auditorías completas, que son realizadas una vez al año en toda la cadena de suministro nacional de Renner, pasamos a evaluar 148 ítems, más que el doble de los 62 ítems evaluados hasta entonces. Fueron incluidos nuevos bloques para evaluar el nivel de gestión de los proveedores sobre aspectos sociales, ambientales, uso de químicos y recursos humanos. También construimos un "checklist expreso", usado en las **auditorías** de revisita con 30 ítems enfocados en los temas de mayor riesgo y gravedad para su seguimiento a lo largo del año.

**También en el 2019, iniciamos un proyecto que permitirá, en el 2020, usar inteligencia artificial para el análisis de datos internos y externos previendo posibles no conformidades en la cadena de suministro, priorizando y dirigiendo nuestras auditorías.**

### ÍTEMS EVALUADOS EN LAS AUDITORÍAS



### Rastreabilidad

Ampliamos el proyecto piloto, creado en el 2018, de uso de la tecnología *Blockchain* en la rastreabilidad para monitorear el trayecto del producto en la cadena productiva en tiempo real, que nos permite una mayor capacidad de monitoreo en relación a los principios de sostenibilidad.

### AVANCES DEL PILOTO DE RASTREABILIDAD



**2018** 2 proveedores

Meta:  
**10 proveedores**  
**¡Superada!**



**2019** Realizado:  
**13 proveedores**  
**y 94 subcontratados**  
**4,7% de los proveedores**  
**nacionales**



## Gestión de Químicos

GRI CN0501-01, CN0501-02

Estamos actuando de forma preventiva en la cadena de valor buscando eliminar posibles sustancias químicas restringidas de nuestros productos. En esta jornada, adoptamos RSL (Restricted Substances List)\* de AFIRM Group (Apparel and Footwear International RSL Management Group)\* y ABNT NBR 16787, que define los límites de sustancias restringidas para productos acabados. Conozca a continuación los avances y los próximos pasos en la gestión de químicos.

*\* Siglas en inglés, respectivamente, para: Lista de Sustancias Restringidas en la Manufactura; Cero Descarte de Químicos Peligrosos; Lista de Sustancias Restringidas; Grupo Internacional de Gestión de Lista de Sustancias Restringidas para Vestuario Calzados.*



2019

- Incluimos 31 requisitos de Gestión de Químicos en las auditorías nacionales.
- Sensibilizamos y comunicamos la cadena internacional sobre el tema.
- Realizamos un piloto en dos proveedores de la división infantil, con pruebas en el efluente y productos acabados. Como resultado, identificamos que las sustancias químicas presentes en el efluente en alta concentración resultaron en la incidencia de estas sustancias en el producto acabado.
- Publicada la norma ABNT NBR 16787 - Seguridad Química Textil.
- Participamos de la revisión de la cartilla de aplicación de la norma que será divulgada en el 2020 por ABVTEX (Asociación Brasileña Minorista Textil), ABIT (Asociación Brasileña de la Industria Textil y de Confección) y ABQUIM (Asociación Brasileña de la Industria Química).
- Promovemos entrenamientos sobre los principios de Higg Index para 34 proveedores.



2020

- Incluiremos requisitos de Gestión de Químicos en la auditoría de los proveedores Internacionales.
- Apoyaremos a nuestros proveedores a realizar compras más responsables, publicando una lista positiva de productos químicos, materias primas e insumos.



2021

- Priorizaremos la eliminación de posibles sustancias químicas restringidas que sean identificadas en auditorías y pruebas en el 2020.

## Certificación internacional

Divulgamos el **compromiso público de tener 100% de la cadena nacional e internacional de reventa con certificación socio-ambiental antes del 2021**, garantizando la adopción de mejores prácticas ampliamente legitimadas. En el 2018, iniciamos el mapeo y las auditorías en los Proveedores de Reventa internacionales y nos afiliamos al Proyecto vinculado al SAC (Sustainable Apparel Coalition), Social & Labor Convergence (SLCP), con el objetivo de monitorear la cadena frente a los temas: respeto a los derechos humanos, leyes laborales, salud y seguridad del trabajo. **En el 2019, auditamos 90% de los proveedores tier 1 y creamos una metodología de clasificación de riesgo, alineada a los principios internacionales**, e en que los proveedores son clasificados por su desempeño en las auditorías en los niveles A, B, C y D (alto riesgo).

**Para el 2020 tenemos el objetivo de no tener relaciones comerciales con empresas en el nivel D de la matriz.**

## Evaluación de conformidad ambiental

En el 2018, realizamos un diagnóstico ambiental más profundizado con nuestros proveedores estratégicos, con base en el estándar de autoevaluación Higg Index de Sustainable Apparel Coalition. En el 2019, dándole continuidad a este diagnóstico, realizamos una auditoría conducida por una empresa tercera con base en el proceso de verificación de Higg Index para evaluar el cumplimiento de los requisitos de gestión ambiental en

estos proveedores, que representan el 26,46% de nuestro volumen de compra nacional.

También basado en HIGG Index, incluimos nuevos ítems en el *checklist* de auditoría socio-ambiental. Este proceso de evolución del monitoreo de la conformidad y buenas prácticas de gestión ambiental nos permite expandir nuestros programas de ecoeficiencia junto a los proveedores. Conozca más en la página 61.

**Con esta inclusión, pasamos de 11 ítems referentes a la conformidad legal ambiental evaluados junto a los proveedores en el 2018 para 26 en el 2019.**

## Transparencia

En el 2019, reforzando nuestro compromiso con la Moda Responsable, **divulgamos la lista de los Proveedores de Reventa y también de los principales proveedores de materia prima** de los productos de Renner y Youcom en nuestro sitio *web* y, para mayores informaciones sobre el contenido de la lista o de los procesos de conformidad de la cadena de suministro, ofrecimos el e-mail de nuestro sector de Conformidad: [conformidade@lojasrenner.com.br](mailto:conformidade@lojasrenner.com.br).

## Salario justo

**En el 2019, hicimos un levantamiento inicial sobre salario justo en la cadena de proveedores** Brasil (País donde está la mayoría de nuestros Proveedores de Reventa) y, en el

2020, avanzaremos en la metodología de monitoreo del pago de salarios justos para colaboradores y cadena de suministro de reventa.

## Gestión de proveedores Camicado

Considerando las especificidades del segmento de casa y decoración, en el 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, ética y prácticas anticorrupción.

En el 2019, tuvo inicio un piloto para la validación del programa considerando cuatro fases: homologación, auditorías remotas, auditorías presenciales y seguimiento de planes de acción, además de entrenamientos y acciones para su desarrollo. Participaron 16 proveedores priorizados por su nivel de criticidad: proveedores de productos textiles, proveedores de productos con materia prima de origen forestal y transportadoras.

## Índice de Desempeño Global de Proveedores (IDGF)

IDGF evalúa los proveedores activos y con entregas en los pilares de calidad, logística, comercial y sostenibilidad, permitiéndonos identificar a aquellos que tienen resultados más críticos, que reciben advertencias y deben presentar planes de acción. IDGF también es uno de los aspectos que influyen en nuestra matriz de suministro, juntos de los aspectos de salud financiera y conformidad, además del desempeño de los proveedores.

**Con base en el 2016, cuando IDGF fue reformulado para los índices actuales de evaluación, los proveedores ya presentaron una evolución de 22 puntos porcentuales hasta el 2019.**

Los equipos de compras de la Dirección de Producto que definen los Proveedores de Reventa a ser contratados solo pueden escoger con base en los proveedores ya homologados y aprobados y supervisan el IDGF para la toma de decisión, valorizando los que tienen mayor puntuación y, por tanto, mayor compromiso con buenas prácticas, impulsando una relación de largo plazo generadora de valor para ambas partes.

En 2019, revisamos y actualizamos los indicadores del IDGF, a ser aplicado en 2020, presentando nuevos ítems a ser monitoreados en el desempeño de los Proveedores de Reventa nacionales, como la entrega de productos menos impactantes, el índice de devoluciones de calidad y el cálculo del margen de entrada, por ejemplo. Por otra

parte, pasamos a monitorear la cadena internacional de proveedores, con indicadores que evalúan los pilares de calidad, logística y comercial.

La matriz de proveedores internacionales está siendo compuesta a partir del alcance de homologación y monitoreo del 100% de los proveedores y, por eso, aún no hay datos comparativos de disminución de proveedores críticos.

De acuerdo con los resultados mensuales, los proveedores pueden participar de programas de desarrollo, presentados a continuación:

## 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:

### EXCELENCIA

#### Programa de Mejoría Continua (PMC)

En el 2019, 7º año consecutivo del programa, PMC tuvo enfoque en promover la cultura de la calidad en las fábricas de los Proveedores de Reventa nacionales de las cadenas de tejido plano, tela de punto, jeans/sarga, además de otros segmentos, conforme la demanda del área de Producto, incentivando el desarrollo de técnicas y promoviendo eventos para el acercamiento con empresas de máquinas y

tejedurías. Las iniciativas proporcionaron una evolución en la operación de nuestros aliados comerciales, resultando en la mejoría del IDGF, comentada anteriormente, y alcanzando a todos los proveedores de las cadenas mencionadas, de acuerdo con la demanda del área de Producto.

#### Programa Encadenamiento Productivo

En colaboración con Sebrae, el proyecto promueve, desde el 2016, la capacitación de empresas contratadas por nuestros proveedores en cuatro fases: sensibilización, diagnóstico, capacitación y consultoría. En el primer ciclo, cerrado en el 2018, fueron 64 micro y pequeñas empresas apoyadas.

En el segundo año, iniciado en el 2019, apoyamos 140 empresas en Rio Grande do Sul y Santa Catarina, incluyendo empresas que actúan en la cadena de reciclado de residuo textil, fortaleciendo la economía circular en la moda.

**Los principales resultados obtenidos fueron: 35% del aumento de productividad, aumento del 10% en la puntualidad de la entrega y reducción del 48% en las piezas reprobadas.**

#### Programa de Excelencia Renner (PER)

Creamos PER en el 2019 con el objetivo de consolidar nuestras directrices de suministro, promover e incentivar el desarrollo y la innovación en la cadena de proveedores y apalancar negocios con la excelencia de productos.

**El Programa reconoce a los proveedores que se destacan en Calidad, Sostenibilidad, Eficiencia, Cooperación y Innovación en la Convención de Proveedores.**

Dentro de las iniciativas del PER, creamos Innovation Day, evento que ocurrirá anualmente y en el cual los proveedores presentan sus casos de innovación. Fueron cerca de 50 casos inscritos, de los cuales 10 fueron seleccionados para la presentación presencial y, al final del evento, premiamos a los 3 más bien votados por el público presente y padrinos del PER.

### **Convención de Proveedores**

En el año, también lanzamos este evento, que apoya el alineamiento estratégico reuniendo a toda la cadena de Proveedores de Reventa de Renner. La edición del 2020, además del alineamiento estratégico, también tendrá un momento de reconocimiento de los proveedores destaque del año, de acuerdo con la puntuación del PER, mencionado anteriormente.

### **Universidad Renner para Proveedores**

Lanzamos en el 2019 un piloto en la plataforma virtual de enseñanza Universidad Renner, invitando al grupo de proveedores estratégicos para realizar el primer curso, enfocado en el tema de Calidad. La iniciativa fue bien recibida por los proveedores y, para el 2020, ofreceremos otros cursos y ampliaremos los accesos para más empresas.

### **Ecoeficiencia en la Cadena de Proveedores**

Iniciamos en el 2017 un proyecto para que los Proveedores de Reventa nacionales de las cadenas de tela de punto y jeans de Renner y de Youcom reduzcan la generación de residuos textiles en los procesos productivos y usen las sobras restantes para la producción de tejidos para nuevas piezas. Conozca más en la página 62.

**En el 2019, además las auditorías, también realizamos evaluaciones ambientales, ejecutadas por una empresa tercera, en el 100% de las lavanderías de nuestra cadena del jeans.**

Las evaluaciones contemplaron los temas de Gestión, Uso de Agua, Uso de Energía, Efluentes, Emisiones Atmosféricas, Residuos Sólidos y Gestión de Químicos.

### **COLABORACIÓN**

#### **Bienvenida**

Anualmente, invitamos a proveedores nacionales al "Programa Bienvenida", en nuestra sede, donde presentamos la forma Renner de ser y actuar, tanto a los nuevos proveedores como a los que ya trabajan con nosotros, y hacemos su integración con las áreas que ya tienen o tendrán interfaz. Los proveedores también son invitados a programar una visita en su CD de entrega, para conocer los procesos de cerca.

### **Summit de Ecosistema**

*Summit* de Ecosistema: de forma pionera, reunimos un grupo de proveedores, tejedurías, estampaciones, universidades, *startups* y representantes del Sistema S (Sesc, Senac, Sebrae, etc.), entre otros aliados comerciales y promovemos encuentros para buscar juntos soluciones en calidad, sostenibilidad y flexibilidad para el sector de la moda.

#### **Diálogo sin fronteras**

En el 2019, realizamos el primer Renner Supplier Day en Shangai (China) y en nuestra nueva oficina inaugurada el mismo año en Dhaka (Bangladesh), fortaleciendo el diálogo con nuestros proveedores internacionales y diseminando nuestra estrategia de producto, conformidad y calidad.

Para ampliar nuestro diálogo con todos los proveedores, también lanzamos la página de Proveedores en el sitio Lojas Renner S.A., con informaciones importantes de cómo ser un proveedor administrativo o de reventa de Renner, Youcom y Camicado. Por otra parte, en esta página está disponible el Código de Conducta para Proveedores y la lista de proveedores de Renner.

### Financiamiento BNDES

Por 4º año consecutivo mantuvimos la operación de financiamiento junto al Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES) para proyectos de desarrollo dirigidos a nuestros Proveedores de Reventa. En total, fueron hechas operaciones de financiamiento que destinaron R\$ 4,1 millones a estas empresas para la expansión de su capacidad productiva, modernización de sus parques fabriles y capacitación de sus cadenas. **En los tres años del proyecto, ya fueron financiados R\$ 9,3 millones.**

### Encuesta de Relación

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 mejoría en la relación con estos aliados comerciales. **Actualizamos la herramienta y la metodología de la encuesta y alcanzamos el 91% de satisfacción.**

### Consejo de Proveedores

Formado por Proveedores de Reventa nacionales considerados estratégicos por la Compañía, con quienes tenemos y construimos continuamente relaciones de largo plazo, el Consejo es un forum importante para el intercambio de experiencias y discusiones relevantes sobre temas de interés común, en reuniones trimestrales, con el objetivo de construir una cadena eficiente, competitiva y sostenible. En el 2019, participaron del Consejo 12 proveedores estratégicos, que representan el 29% del volumen de compras, del segmento textil, de las cadenas de tela de punto, jeans/sarga y tejido plano.



# Gestión ecoeficiente



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

## COMPROMISO PÚBLICO 2021

Reducir en un 20% las emisiones absolutas\* de gas carbónico (CO<sub>2</sub>) frente al 2017  
Tener el 75% del consumo corporativo de energía proveniente de fuentes renovables\*\*

### STATUS

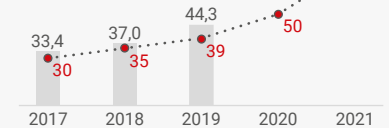
En marcha:

■ Realizado  
● Meta

16,12% de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> ●●○○



44,3% de consumo de energía de fuentes renovables ●●○○



### Modelo Piloto

#### Tienda Circular

- Reducción en el número de modelos de mobiliario que, con modularidad, menos materialidad que en el modelo antiguo, son 100% libres de sustancias tóxicas y 100% reciclables.
- Reducción en el consumo de materias primas en obra, en la generación de residuos y aumento en el uso de materias primas recicladas o recuperadas.

#### Desde 2015

231 tiendas construidas y reformadas alineadas a las **Especificaciones Técnicas y Memoriales Descriptivos** con premisas más Sostenibles

### Certificación LEED

de construcción sostenible en



	3 Tiendas	Sede
Agua	-45%	-55%
Energía	-18%	-15%

Generación de **energía solar** para 8 tiendas\*\*\* (RJ,RS e DF)



80%

de reciclaje de residuos sólidos en la operación



Entrenamiento de **ecodriving** para **100% de los chóferes dedicados** de la operación de Renner en Brasil

1,93% de aumento en Eficiencia Energética



100% de las tiendas Renner con **Lámpara LED**



33% de tiendas Renner **automatizadas**



3,5% de reducción de los **costos con energía/ R\$ Ingresos Netos**



**Negocio carbono neutro:** 100% de emisiones neutralizadas



Tienda con **estructura + simplificada** desde el 2018

→ -65%  
materiais

Piloto de telemetría en proveedores de logística para reducir el consumo de **combustible y emisiones**

1,6% de disminución en la **intensidad de emisiones materiales**

\*Considerando alcances 1, 2 (enfoque por elección de compra) y 3.

\*\*Considerando fuentes de energía renovable de bajo impacto: pequeñas centrales hidroeléctricas (PCHs), solar y biomasa.

\*\*\*Tres de ellas iniciarán la operación y el abastecimiento al inicio del 2020.



## Tiendas ecoeficientes

En nuestra operación propia, la construcción, reforma y operación de las tiendas son las principales actividades generadoras de impactos ambientales directos. La Compañía cuenta con un total de 603 tiendas y, desde 2016, fueron construidas 137 tiendas y 129 reformadas.




Para minimizar los impactos nuestros procesos de construcciones y reformas ha avanzado continuamente en diversos frentes, presentadas a continuación:

### **CERTIFICACIÓN LEED**

En el 2014, usamos por primera vez en la construcción de una tienda las premisas de Leadership in Energy and Environmental Design (LEED), que tiene como objetivo promover y fomentar prácticas de construcciones sostenibles.

**En el 2019, una tienda contó con la certificación LEED nivel silver, además de nuestra sede y dos tiendas nivel gold.**

#### **Estimativas de reducción de impacto de las construcciones sostenibles LEED**

-  45% menos consumo de agua en tiendas
- 18% menos consumo de energía para la iluminación en tiendas
-  Estimativa del 15% menos consumo de energía/m<sup>2</sup> en la sede
-  Estimativa del 55% menos consumo de agua/m<sup>2</sup> en la sede

## ESTÁNDARES MÁS EFICIENTES

El proceso de certificación LEED nos permitió construir un legado importante de aprendizaje para la perpetuación de este modelo menos impactante. Desde diciembre del 2015, agrupamos todo el aprendizaje en la construcción de las tiendas certificadas y creamos manuales con Premisas del Propietario, Especificaciones Técnicas y Memorial Descriptivo para la construcción de obras nuevas o reformas, mejorado en el 2018. Estos documentos, establecen, para los equipos internos y los proveedores, las premisas, conceptos y criterios para el desarrollo de los proyectos y ejecución de las obras en relación a:

- Seguridad de la Operación
- Satisfacción de los Clientes
- Satisfacción del Colaborador
- Permisos y Legalizaciones
- Eficiencia Energética
- Sostenibilidad
- Accesibilidad

A fines de 2014, abrimos la primera tienda sostenible, con certificación LEED Gold y a fines de 2018 inauguramos una tienda en la calle con premisas de circularidad que nos permitió importantes reducciones de materia prima, tales como:

- **65% menos yeso por m<sup>2</sup>**
- **65% menos masilla por m<sup>2</sup>**
- **91% menos ductos de retorno de aire acondicionado por m<sup>2</sup>**

## TIENDA CIRCULAR

Queremos expandir el concepto de economía circular para diferentes etapas del ciclo de vida de nuestro negocio, con un enfoque integrado de la sostenibilidad y del ambiente de la tienda al producto. Para esto, en el 2018 iniciamos el desarrollo del proyecto Ambiente Construido que buscó aplicar los principios de la economía circular en la construcción y reforma de nuestras tiendas y en el desarrollo de nuestros mobiliarios de exposición.

**A partir de los prototipos desarrollados, alcanzamos importantes avances en la selección de materiales más circulares,** en la optimización de su consumo y

en la reducción de la generación de residuos y de su reaprovechamiento. Por medio de un diseño más eficiente, fue posible comprobar importantes beneficios:

- Reducción en el número de modelos de mobiliario que, con modularidad, menos materialidad que en el modelo antiguo, son 100 % libres de sustancias tóxicas y 100 % reciclables.
- Reducción en el consumo de materias primas en obra, en la generación de residuos y aumento en el uso de materias primas recicladas o recuperadas.

# Combate a los cambios climáticos

GRI 305-3

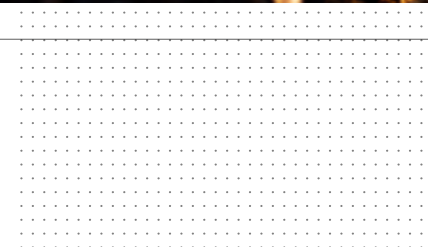
**Tenemos el compromiso público de una reducción del 20% de las emisiones corporativas absolutas de CO<sub>2</sub> antes del 2021\*.**

Para alcanzar este objetivo y reducir la polución trabajamos en la promoción de la eficiencia energética, en la ampliación del uso de energía de fuentes renovables en nuestra operación, en acciones de gestión, eficiencia y mejoras en la operación logística, en el monitoreo y transparencia y en la compensación, temas presentados a continuación.

Además de la mitigación de los cambios climáticos también hemos trabajado en nuestra estrategia de adaptación a este escenario, para reducir y controlar los riesgos y potenciar las oportunidades.

**En el 2019, realizamos un trabajo de identificación de riesgos, oportunidades y medidas de adaptación frente a los cambios climáticos, considerando la realidad de la empresa y las especificidades del sector minorista para los próximos 30 años. El estudio abarcó las operaciones de Renner, Camicado, Youcom y Ashua, considerando 592 tiendas (total de tiendas en el momento del estudio) en Brasil, Uruguay y Argentina, además de 4 Centros de Distribución (y uno en prospección) y dos unidades administrativas.**

*\* Con base en el inventario de emisiones del 2017 y alcances 1, 2 (enfoque por localización) y 3.*





## CATEGORÍAS DE RIESGO Y OPORTUNIDADES ANALIZADAS

### Transición

- Regulatorios: acuerdos internacionales y acuerdos voluntarios; estándares de certificación de calidad del aire (límites para contaminación atmosférica); precificación de carbono; regulaciones sobre la tasación de energía/combustible, sobre la eficiencia del producto y sobre energías renovables; incertidumbres sobre nuevas regulaciones; y otros riesgos asociados a la regulación.
- Otros Riesgos: reputación; comportamiento del cliente; e incertidumbres de mercado.

### Físicos

Cambio en los estándares de temperatura (extremos y tendencias); cambio en los regímenes de precipitación (extremos y tendencias); cambio de frecuencia de eventos extremos, que llevan a los impactos de olas de calor, inundaciones y deslizamientos, además de incertidumbres y otros potenciales riesgos físicos indirectos, como incendios forestales y secas meteorológicas.



## PRINCIPALES RIESGOS IDENTIFICADOS

- Olas de calor generando cambios en el comportamiento del consumidor y en las estrategias de *marketing* y con influencia negativa en la comodidad de los colaboradores y clientes.
- Impacto de inundaciones y deslizamientos afectando los procesos de logística (CDs), tiendas y cadena de suministro.
- Influencia de la escasez hídrica en la producción de materia prima (algodón).

- Riesgos regulatorios, como la precificación del carbono y la tasación de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), que ya son realidad en varios países, afectando los costos operativos, principalmente en las operaciones logísticas.



## PRINCIPALES OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS

- El aumento de la eficiencia energética y la inversión en energías de baja emisión de GEI pueden traer una ventaja competitiva frente a las empresas que no hacen esfuerzos para modernizar sus procesos.
- Eventos extremos de precipitación que elevan el riesgo de inundaciones y deslizamientos pueden afectar directamente el acceso y el comportamiento del consumidor, creando también mayores oportunidades de ventas *online*.
- Búsqueda por nuevos frentes de negocios por medio de colaboración en proyectos gubernamentales de bajo carbono y el fomento a pequeños emprendedores y a comunidades.

A partir de estos resultados estamos montando un plan de adaptación a los cambios climáticos que tendrá como objetivo crear una estrategia de transición para una economía de bajo carbono, reducir la vulnerabilidad de las operaciones frente a los riesgos físicos, apalancar las oportunidades y permitir la comunicación efectiva con las partes interesadas.

En nuestro Modelo de Gestión, **existe remuneración variable de corto plazo de ejecutivos, relacionada al alcance de metas relacionadas al combate a los cambios climáticos,** por medio de temas como eficiencia energética, ampliación de la proporción de energía renovable y reducción de las emisiones en logística.

## Reducción del consumo de energía eléctrica

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

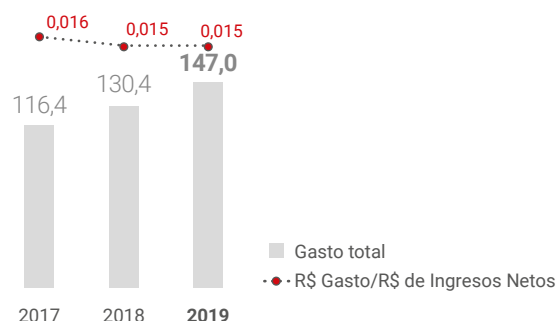
Además de la minimización de los impactos ambientales relacionados a la energía por medio de la construcción y reformas de tiendas con procesos más sostenibles (conozca más en la página 47), actuamos continuamente en la mejoría de la eficiencia energética en las tiendas en operación.

Desde el 2015, el Proyecto de Gestión Remota de Energía y Activos promueve la optimización y la racionalización de las operaciones en los sistemas de climatización e iluminación de las tiendas, a través del monitoreo y control automatizados. La ampliación de la automatización viabiliza aumentos de eficiencia en el consumo de energía de las tiendas Renner, y también permite garantizar el confort térmico para clientes y colaboradores.

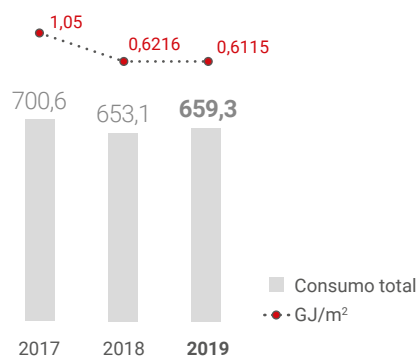
- **100% de las tiendas con todas las lámparas de LED**, 80% más económicas que una lámpara incandescente y 30% más económicas que la fluorescente.
- **126 tiendas (33% del total de tiendas de Renner) con monitoreo remoto del consumo** que permite mantener los niveles de eficiencia deseados. La previsión para 2020 es llegar a 152 tiendas (37% del total de tiendas Renner).

**En total, en 2019 inversiones R\$ 8,2 millones en proyectos de conservación de energía y alcanzamos una mejora del 1,6% en la intensidad del consumo de energía en tiendas comparables.**

GASTOS EN ENERGÍA (R\$ MILLONES)



CONSUMO DE ENERGÍA (GJ)



### Haciendas solares

#### HACIENDA SOLAR VASSOURAS (RJ)

- ⚡ **4 mil paneles** con **1,32mW** de potencia
- 💡 Generación media de **1,8 mil MWh/año**
- 🏠 **-13%** de gastos con energía

#### NÚCLEO RURAL DE CAFÉ SEM TROCO (DF)\*

- ⚡ **900 paneles** con **300 kW** de potencia
- 💡 Generación media de **553,5 MWh/año**
- 🏠 **-18%** de gastos con energía

#### PÂNTANO GRANDE (RS)

- ⚡ **1 mil paneles** con **375 kW** de potencia
- 💡 Generación media de **516,6 MWh/año**
- 🏠 **-26%** de gastos con energía

\* Hacienda en construcción.

## Ampliación de fuentes renovables

Otra frente de nuestra gestión del consumo de energía es la ampliación del consumo de energía a partir de fuentes renovables y de bajo – impacto solar, biomasa y Pequeñas Centrales Hidroeléctricas (PCH) – para alcanzar nuestro compromiso público del 75% del consumo de energía corporativo de estas fuentes antes del 2021.

**En 2019, ya superamos la meta de alcanzar 39 %, llegando al 46,6 % del consumo por esas fuentes, considerando solo las tiendas que estaban operando desde 2018, y 45,8 % con las tiendas inauguradas en 2019.**

Para esto, en el 2019 invertimos en la compra de energía proveniente de PCHs (pequeñas centrales hidroeléctricas) en el mercado libre y en haciendas solares de energía para abastecer a nuestras tiendas.

### Sostenibilidad y economía

El abastecimiento con energía renovable del mercado libre proporciona ahorro por R\$ 196,34/m<sup>2</sup> y de energía solar por R\$ 19,07/m<sup>2</sup> con relación a la energía convencional del mercado regulado.

Otro importante indicador es el porcentual de energía de fuentes renovables que, además de las de bajo impacto, incluye también hidroeléctricas. Si consideramos que los 55,7% de energía contratado en el mercado regulado 96%\* correspondieron a fuentes renovables en el 2019, llegamos a un total de 98% de energía consumida proveniente de fuentes renovables. Abajo foto de la Granja Solar en Vassouras, Rio de Janeiro.

*\*Porcentaje de fuentes renovables en la matriz energética brasileña en 2019, según Agencia Nacional de Energía Eléctrica (ANEEL).*



## Reducción del consumo de combustibles

Participamos del Programa de Logística Verde Brasil (PLVB), que trabaja la autonomía y capacitación de agentes logísticos en favor del perfeccionamiento de la eficiencia de la logística y del transporte de carga en Brasil para la reducción de la intensidad de las emisiones de contaminantes atmosféricos y de gases de efecto invernadero (GEI). A lo largo del año, promovimos junto a nuestros proveedores de logística, acciones de concientización y capacitación enfocadas en la renovación de flotas, dirección económica, mantenimiento preventivo y mejoría de la gestión del indicador de consumo de combustible.

En el 2019, realizamos un piloto con implantación de telemetría para supervisar el comportamiento de 30 vehículos de la flota de ocho proveedores, que contemplan el 72% de las transportadoras colaboradoras de Renner, e identificar los principales comportamientos ofensores que puedan causar pérdidas de eficiencia y riesgos para la seguridad.

Con este monitoreo, **podimos promover cinco grupos para la capacitación de 90 chóferes, que representan el 100% de los chóferes dedicados de la operación de Renner en Brasil, sobre "conducción ecológica"**, compartiendo buenas prácticas para el aumento de la eficiencia del consumo de combustibles a partir del cambio de comportamiento en la dirección.

En total, en el año, redujimos el consumo de combustibles de la flota en 5,28%, lo que nos permitió reducir en 10,8% las emisiones asociadas al transporte de productos\*.

\* Los datos no consideran informaciones de Camicado, no disponibles.

## Monitoreo y transparencia

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

**Hace 9 años nos mantenemos en el Índice Carbono Eficiente (ICO<sub>2</sub>) de B3** y realizamos la publicación de nuestro inventario de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), verificado por una tercera parte desde el 2014, con sello Gold del programa brasileño GHG Protocol y respondemos voluntariamente al cuestionario de Carbon Disclosure Project (CDP).

**En el 2019, también avanzamos en nuestra colaboración con los compromisos colectivos para una economía de bajo carbono:**

- **Nos convertimos en apoyadores institucionales del Programa Compromiso con el Clima**, que une empresas que desean apoyar proyectos socio-ambientales y fomentar una economía de bajo carbono al compensar, juntas, sus emisiones de gases de efecto invernadero.
- **Firmamos una carta abierta sobre la precificación de carbono del Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS), que defiende la implementación de un mecanismo de precificación de carbono** adecuado para Brasil, la inclusión de la precificación en las políticas climáticas, la creación de estructuras que apoyen la inversión en activos de bajo carbono en Brasil y la garantía de uso de herramientas y métricas que incorporen, de manera eficaz, los riesgos y las oportunidades de las emisiones de GEI en las evaluaciones financieras.
- **Nos comprometemos con la campaña Business Ambition for 1.5° C** (ambición de los negocios para 1,5° C), de la ONU, que invita a las empresas a establecer metas basadas en datos científicos de reducción de las emisiones en monto suficiente para contribuir con la limitación del aumento de la temperatura global a 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales.
- **Adherimos al Fashion Industry Charter for Climate Action**, compromiso creado por la Convención Cuadro de las Naciones Unidas sobre el Cambio del Clima (UNFCCC), que establece una meta de reducción del 30% de las emisiones del sector en el mundo antes del 2030 y detalla objetivos y planes de acción para esto.

Nuestra operación continúa creciendo, pero con enfoque en la eficiencia, incluso con el aumento del 8,5% en la cantidad de tiendas entre el año 2018 y 2019, las emisiones de GEI aumentaron solamente 6,6% considerando la modalidad de elección de compra de energía.

Tiendas Renner S.A. cuenta con varias acciones para reducir las emisiones de GEI, entre ellas destacamos la adquisición de energía renovable de bajo impacto, que en el 2019 representó el 44,3% de toda la energía consumida, responsable de la reducción del 42,60% de las emisiones del alcance 2.

Respecto el compromiso público - 2021, de reducción de 20% en las emisiones absolutas, de emisiones de gases efecto invernadero de 2017, nuestro status en 2019 presenta una reducción de 16,12%. Tiendas Renner S.A. sigue con la descarbonización, adquiriendo energía renovable de bajo impacto<sup>1</sup>.

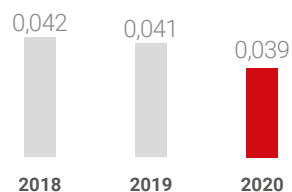
<sup>1</sup> Esto dato referente al inventario de 2019 representa la reducción de emisiones en un escenario actual de aumento del uso de fuente de energía renovable de bajo impacto, en comparación con la no utilización de fuentes renovables.

#### Con el avance del mercado libre de contratación de energía, desde el 2017, usamos dos enfoques para el cálculo de las emisiones de alcance:

**1. Enfoque de localización:** 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. Enfoque de elección de compra:** más específica, usa un factor de emisión específico asociado a cada fuente de generación de electricidad que la Compañía escogió adquirir y consumir, apoyando nuestra evolución para una matriz cada vez más renovable.

#### META DE INTENSIDADE DE EMISSÕES (tCO<sub>2</sub>e / m<sup>2</sup> CONSTRUIDO)



FUENTE DE EMISIÓN DE GEEs (tCO <sub>2</sub> e)	2016	2017	2018	2019
<b>Emisión alcance 1</b>				
Combustión estacionaria	189,1	137,3	97,0	103,5
Fuentes móviles	17,6	21,2	11,6	6,7
Equipos de refrigeración / aire acondicionado	5.077,9	5.474,4	3.234,7	3.342,8
<b>Total alcance 1</b>	<b>5.284,7</b>	<b>5.632,8</b>	<b>3.343,3</b>	<b>3.435,0</b>
<b>Emisión alcance 2</b>				
Electricidad comprada y consumida (localización)	14.098,2	17.883,2	13.091,8	13.528,5
Electricidad comprada y consumida	-	12.704,1	8.585,5	7.764,7
<b>Total alcance 2 (localización)</b>	<b>14.098,2</b>	<b>17.883,2</b>	<b>13.091,8</b>	<b>13.528,5</b>
<b>Total alcance 2 (elección de compra)</b>	<b>-</b>	<b>12.704,1</b>	<b>8.585,5</b>	<b>7.764,7</b>
<b>Emisión alcance 3</b>				
Residuos sólidos	270,7	489,5	223,6	209,4
Viajes a negocios	2.270,1	2.967,7	1.838,3	3.413,8
Transporte y distribución ( <i>upstream</i> )	14.889,9	16.944,3	20.562,5	22.013,9
<b>Total alcance 3</b>	<b>17.430,7</b>	<b>20.401,5</b>	<b>22.624,3</b>	<b>25.637,0</b>
<b>Total de las emisiones (en toneladas de CO<sub>2</sub>e) – considerando alcance 2 por el enfoque de localización</b>	<b>36.813,6</b>	<b>43.917,6</b>	<b>39.059,4</b>	<b>42.600,5</b>
<b>Total de las emisiones (en toneladas de CO<sub>2</sub>e) – considerando alcance 2 por el enfoque de elección de compra</b>	<b>-</b>	<b>38.738,5</b>	<b>34.553,1</b>	<b>36.836,7</b>
Intensidad de emisiones (tCO <sub>2</sub> e / m <sup>2</sup> del área construida)	<b>ND</b>	<b>0,050</b>	<b>0,042</b>	<b>0,041</b>

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

## Negocio carbono neutro

**Hace cuatro años somos un negocio carbono neutro y compensamos anualmente el 100% de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero calculadas en el inventario del año anterior.**

**En el 2019, compensamos el 100% de las emisiones relativas al inventario del 2018. La neutralización ocurrió a través de inversión de R\$ 323,4 mil en la adquisición y jubilación\* de créditos de carbono de dos proyectos de protección de la biodiversidad:**

- REDD+ Manoa (81,4% de la compensación), en los municipios de Cujubim, Itapoã do Oeste y Porto Velho, en Rondônia.
- REDD+ Rio Preto Jacundá (18,6% de la compensación), en los municipios de Machadinho D'Oeste y Cujubim, también en Rondônia.

Los proyectos conservan los pocos remanentes de bosque amazónico nativo en área privada en la región, crecientemente deforestada por invasiones y robo de madera, y tiene una importancia fundamental por ser abrigo para diversas especies y conectar el paisaje por estar cercanas a las unidades de conservación.

Son más de 168 mil hectáreas conservados por medio de monitoreo remoto y vigilancia en campo e investigaciones científicas, además de la promoción del desarrollo económico local por medio de entrenamientos y capacitaciones en técnicas de manejo forestal a la población del entorno y de la educación ambiental de niños y adolescentes, mirando para el futuro de la conservación del medio ambiente y consecuente mejoría en la calidad de vida de estas personas.

La valorización de la biodiversidad también fue el objetivo de nuestra actuación en el proyecto Empodera Tumbira, apoyado por el Instituto Tiendas Renner (conozca más en la página 84) y en el lanzamiento de la colección ReFlora con piezas inspiradas en la flora brasileña amenazada de extinción (conozca más en la página 88).

*\* La jubilación significa que el crédito es retirado definitivamente del mercado para compensar una emisión de carbono y no puede ser revendido o pasado a otra empresa.*



## Agua

El mayor impacto ambiental del consumo de agua ocurre en nuestra cadena de suministro. Para minimizar este impacto, desde el 2018 desarrollamos un proyecto de diagnóstico de la gestión hídrica en nuestros proveedores de jeans, en que establecemos indicadores de gestión de agua, buscando la reducción del consumo y la circularidad (conozca más en la página 62).

Fueron realizadas Evaluaciones Ambientales por empresa tercera, contemplando los temas de Gestión, Uso de Agua, Uso de Energía, Efluentes, Emisiones Atmosféricas, Residuos Sólidos y Gestión de Químicos. Las empresas que fueron sometidas a estas evaluaciones representan el 100% de las lavanderías de nuestra cadena de jeans.

**En el 2019, el total de consumo de agua de nuestra operación propia fue de 309,7 mil m<sup>3</sup> provenientes de la red de abastecimiento.**

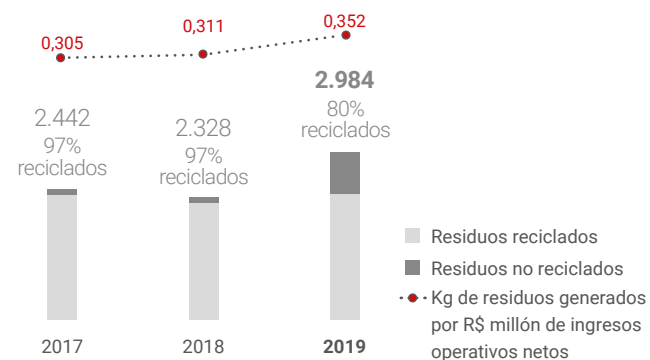
## Residuos

GRI 306-2

La gestión de residuos sólidos tiene enfoque en reducir el volumen de residuos generados y garantizar la correcta separación, manipulación, acondicionamiento y disposición final evitando contaminación e incentivando su re inserción en el ciclo productivo. En Renner, este proceso está orientado por el Programa de Gestión de Residuos Sólidos, adherente a la Política Nacional de Residuos Sólidos y en Camicado por el nuevo Manual de Gestión de Residuos de las Tiendas de Camicado.

## Reciclado

### GENERACIÓN DE RESIDUOS (KG)



**Tenemos la meta de reducir en un 10% la generación de residuos y aumentar en 10 puntos porcentuales el volumen de reciclaje\*.**

*\* Estos datos consideran residuos de Renner y Centros de Distribución monitoreados en kg y no incluyen muebles descartados en las reformas ni residuos orgánicos.*

# Productos y servicios sostenibles

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

## COMPROMISO PÚBLICO 2021

80% de productos\* menos impactantes, siendo 100% de algodón certificado.

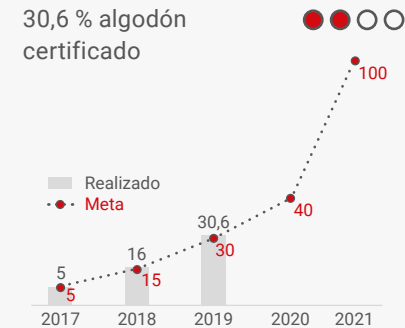
\*Considerando los productos de vestuario.



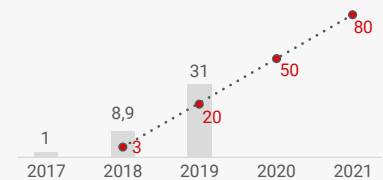
## STATUS

En marcha:

30,6 % algodón certificado



31 % productos Re



Re

31%

de piezas Re, productos menos impactantes, 22,1 p.p. más que en el 2018



30,6%

de piezas de algodón con algodón certificado



2

toneladas de sobras de tela de punto reinsertadas en la cadena productiva, por Re Tela de Punto



2,1

toneladas de ropas y 53,9 toneladas de envases de perfumería recolectadas en el servicio Ecoestilo

### Expansión del proyecto

#### Huella Hídrica

Desarrollo de metodología propia y piloto en 2 Proveedores de Reventa de jeans

### Startups

#### Inversión en 3 startups,

escogidas entre 102 inscritas en llamada pública para innovación para sostenibilidad:

- Club de firma de energía solar
- Perchas sostenibles
- Agrofloresta textil



#### Definición de roadmap

para la eliminación de sustancias químicas restringidas prioritarias



#### Avance de Re Jeans,

con piezas de jeans reciclado sin uso de poliéster para el 2020, lo que permite un nuevo reciclado con más facilidad o eficiencia, o más valor agregado

Planificación de Re Jeans con **reciclado de las piezas usadas** recolectadas de nuestros clientes Youcom

Hasta un **45% menos impacto ambiental** de Re Jeans apurado con ACV

3,2 toneladas de algodão agroecológico producido por **mulheres líderes comunitárias quilombolas** apoyadas pelo Instituto Lojas Renner



Ampliación del servicio de logística reversa de ropas **de las 15 iniciales para 94 tiendas Renner**

Exigencia de **viscosa y algodón certificados** de todos los proveedores nacionales e internacionales hasta el final de 2020.

Colección **Re Tela de Punto** con camisetitas hechas a partir de residuos de cortes

#### Producción local

64% de los productos comprados para reventa producidos en Brasil

Entendemos que para ofrecer productos y servicios menos impactantes debemos contribuir con 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.

**En el 2019, produjimos 46,7 millones de piezas con el Sello Re Moda Responsable, hechas con materias primas y procesos menos impactantes. Este volumen representa el 31% del total de productos en el año y tenemos el compromiso de elevar este porcentual para el 80% antes del 2021.**

Para alcanzar la meta, hemos trabajado en la capacitación y alineamiento de los Proveedores de Reventa, apoyando la innovación y desarrollo sectorial y en el comprometimiento y concientización de nuestros equipos de productos que, incluso, tiene metas de creación de productos menos impactantes relacionadas a su remuneración variable en el año.



**30,6% de las piezas de algodón**  
con certificación en el 2019

**+Meta del 100% antes del 2021**

De todas las fibras textiles utilizadas en el mundo en el sector, las de origen vegetal – como el algodón, lyocell y viscosa – corresponden a un tercio, siendo que 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, las iniciativas que velan por un proceso productivo de algodón más sostenible tienen un gran potencial de impacto positivo.

**Conozca en la siguiente página, los principales atributos de los productos menos impactantes:**

# Materias primas menos impactantes

CN0501-04

## Producción responsable

### ALGODÓN CERTIFICADO

Certificación por organizaciones independientes del 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.

**Determinamos junto a nuestros Proveedores de Reventa un requisito de que, antes del fin del 2020, el 100% del algodón usado sea certificado entre 12 opciones de certificación:**

BCI (Better Cotton Initiative), ABR (Algodón Brasileño Responsable), Ecocert, IBD, GOTS (Global Organic Textile Standard), GRS (Global Recycled Standard), OCS (Organic Content Standard), RCS (Recycled Claim Standard), Made in Africa, Cotton Connect, Fair Trade, Cotton Australia.

### VISCOSA CERTIFICADA

Hecha a partir de fibras vegetales con manejo sostenible, garantizando el origen de la madera a partir de fuentes certificadas y procesos productivos con un menor impacto ambiental.

**Determinamos junto a nuestros Proveedores de Reventa un requisito de que, antes del fin del 2021, el 100% de la viscosa usada sea certificada, proveniente de proveedores con por lo menos 20 buttons en la evaluación del informe Canopy Hot Button Report.**

### LYOCELL

Fibra obtenida en la transformación de la celulosa (pulpa del árbol) y, por tanto, de origen renovable, es extraída de árboles certificadas con el sello FSC (Forest Stewardship Council), que garantiza que la madera utilizada es oriunda de un manejo ecológicamente adecuado, socialmente justo y económicamente viable, y es producida con procesos eficientes en el uso de recursos naturales con reducida utilización de químicos.

La producción del tejido usa solamente el 50% del agua necesaria para producir algodón, no usa productos tóxicos y permite que el 99,5% del agente disolvente pueda ser usado repetidamente.

### MODAL

Fibra de origen vegetal, también extraída de árboles certificadas con el sello FSC, sigue rígidos estándares ambientales durante su extracción y fabricación.

#### 2019

En total, produjimos 33,3 millones de piezas con materias primas con producción responsable en el año.

### POLIAMIDA BIODEGRADABLE

La poliamida biodegradable permite que las ropas se descompongan en 3 años, cuando sean descartadas correctamente en vertederos sanitarios, en lugar de 50 años, tiempo de degradación de la poliamida común.

### COSMÉTICOS DE BAJO IMPACTO

Nuestra marca propia de perfumería y cosméticos ofrece la línea Bio, con productos con bajo impacto en el medio ambiente, con un concepto orgánico y natural, certificados con el sello biodegradable y con, como promedio, 90% de ingredientes naturales y sus derivados sin ningún componente de origen animal y no probados en animales. Adicionalmente, todos los envases de la línea Bio llevan el sello FSC.

### ENVASES

En las tiendas Renner, Youcom y Ashua, todas las bolsas usan materias primas menos impactantes. En el 2019, 57% fueron producidas con papel certificado FSC y 43% con plástico oxi-biodegradable.

## Materias primas recicladas

GRI 301-2

### ALGODÓN RECICLADO

A través del desfibrado, ropas usadas, sobras y residuos textiles son cortadas, trituradas y beneficiadas resultando en nuevos hilos y nuevos tejidos.

### PET RECICLADO

El tejido tiene origen en la transformación de botellas PET en hilos de poliéster por medio de un proceso especial de extrusión.

### RE JEANS

Piezas de jeans reciclado hechas a partir de las sobras textiles, que serían destinadas a los vertederos sanitarios, pero son reinsertadas en el ciclo, pasan por separación, son desfibradas y vuelven a ser un hilo, con el cual nuevos tejidos son creados.

### RE TELA DE PUNTO

A partir de los aprendizajes con Re Jeans, y con la expansión del proyecto de Producción Más Limpia para otras cadenas (conozca más en la página 62), en el

2019 creamos Re Tela de Punto, piezas de tela de punto desarrolladas a partir del reaprovechamiento de residuos en la confección de productos de Renner, que cumple los principios de la economía circular.

**En el 2019, fueron 56 mil piezas producidas con las cerca de dos toneladas de Tela de punto reinsertadas en el ciclo productivo con Re Tela de Punto.**

**2019**

En total, fueron 2,9 millones de piezas con materias primas recicladas en el año.



Conozca las colecciones especiales **Sello Re** desarrolladas en el año con atributos de materias primas y procesos menos impactantes en el capítulo Comprometimiento, página 88.



# Procesos menos impactantes

## ROADMAP DE ECOEFICIENCIA EN LA CADENA

En el 2019, iniciamos el desarrollo de la planificación de nuestro programa de estímulo a la ecoeficiencia y mejoría del desempeño ambiental de la cadena de Proveedores de Reventa con enfoque en seis aspectos ambientales:



En el 2020, definiremos en conjunto con nuestros proveedores los indicadores-clave y las metas del programa.

## OEKO-TEX

**En el 2019, 8,9% de las piezas de ropas producidas fueron confeccionadas a partir de tejidos certificados OEKO-TEX Standard 100,** que garantiza que están exentos de sustancias restrictas nocivas para la salud humana.

## 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 el 2015 y 2016, en colaboración con el Centro de Estudios en Sostenibilidad (GVCes), realizamos el proyecto piloto de ACV de un pantalón jeans básico femenino vendido en nuestras tiendas bajo la óptica de la huella hídrica y de emisiones de CO<sub>2</sub> de este producto “de la cuna a la tumba” – su consumo de agua y su generación de emisiones de CO<sub>2</sub> desde la obtención de la materia prima hasta el descarte final por el consumidor.

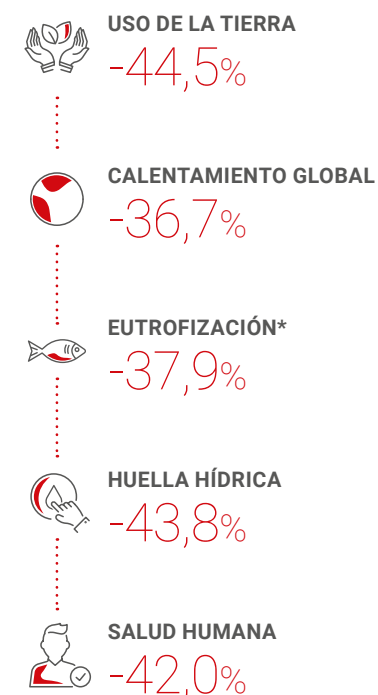
Estos estudios basaron la construcción del proyecto Producción Más Limpia, presentado a continuación, que permitió el lanzamiento de Re Jeans, primera colección en el 2018 con jeans reciclado hecho con hilos reaprovechados de las sobras de tejido (conozca más sobre Re Jeans en el capítulo comprometimiento, página 83).

En el camino de la evolución continua, para evaluar la reducción de impacto en el ciclo de vida alcanzada con Re Jeans, en el 2018 hicimos la ACV del jeans reciclado de la cuna a la tumba, desde la obtención de la materia prima inicial hasta su reinserción en el ciclo, para comparar el impacto de su ciclo de vida en relación con el impacto del hilo tradicional de algodón jeans virgen.

**La ACV del jeans reciclado (Re Jeans), realizada con el apoyo de la USP y verificación de tercera parte independiente, fue concluida en el 2019 e indicó un mejor desempeño ambiental de Re Jeans en todas las categorías evaluadas, con una reducción de impacto entre 37 y 45% frente al jeans convencional.**

Los números presentados son referentes al impacto generado por un pantalón jeans en todo su ciclo de vida, desde la extracción de la materia prima hasta el descarte final o hasta su reinserción en el ciclo productivo, en el caso de Re Jeans.

## COMPARACIÓN DEL IMPACTO DE RE JEANS VS. JEANS CONVENCIONAL



\*desequilibrio en la calidad del agua por cuenta del exceso de nutrientes

## PRODUCCIÓN MÁS LIMPIA (P+L)

Desde el 2017, en colaboración con la Universidad de São Paulo (USP), desarrollamos junto a los Proveedores de Reventa de Renner y Youcom de las cadenas de tela de punto, jeans y tejido plano, el proyecto de Producción Más Limpia (P+L) para la mejoría de procesos de confección, reduciendo la generación de residuos textiles y fomentando el uso de las sobras de tejidos de la producción para generar nuevas piezas.

**1º año – 2017:** el proyecto alcanzó una reducción del descarte de 388 toneladas de residuos junto a seis proveedores de la cadena del jeans y tela de punto y dio origen al lanzamiento de la 1ª colección con jeans reciclado, Re Jeans (conozca más en la página 60).

**2º año – 2018:** todos los Proveedores estratégicos de Reventa de la cadena del jeans, tela de punto y tejido plano pasaron a participar del proyecto de reducción de residuos, generando la reducción de más 47 toneladas de residuos textiles, e iniciamos en dos proveedores un diagnóstico de la gestión hídrica, a partir del establecimiento de indicadores de desempeño ambiental, para huella hídrica y circularidad de aguas, para promover mejorías en la gestión y reducción del consumo de agua en el proceso productivo.

**3º año – 2019:** a partir del diagnóstico ambiental del año anterior, **desarrollamos internamente una metodología propia para la medición de la Huella Hídrica**, que permite el cálculo del consumo de agua de las etapas productivas en tiempo real y categoriza los resultados en tres rangos de consumo: bajo, mediano, alto.

La metodología, que se basó en las mejores prácticas internacionales, fue adaptada por nuestro equipo para considerar las especificidades de nuestra cadena y, así, poder ser aplicada con agilidad y amplitud. Con esta adaptación, para garantizar la credibilidad de los datos, **sometemos nuestra metodología al análisis de una tercera parte y conquistamos su validación.**

A lo largo del año, aplicamos la metodología en los dos proveedores que participaron del diagnóstico ambiental inicial, entrenamos a los demás proveedores y, en noviembre, comunicamos la nueva obligatoriedad para proveedores y sus contratados.

Con la metodología, a partir de 2020, los proveedores de jeans deberán monitorear y reportar a la Compañía en el acto de la entrega de los productos, su indicador de consumo de agua y, semestralmente, serán sometidos a las auditorías de verificación de los datos.

**Con este proceso, la Compañía tendrá subsidios para informarles a sus clientes sobre el consumo de agua de cada pieza de jeans y reducir la Huella Hídrica en los procesos de la cadena de suministro.**

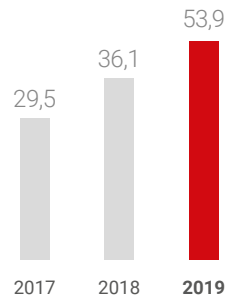
## RECICLADO, REUSO Y UPCYCLING

### Recogida

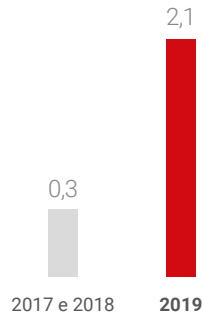
Para ampliar la circularidad, les ofrecemos a nuestros clientes un servicio de logística reversa, EcoEstilo, para dos categorías: perfumería y ropas. Desde el 2011 envases y frascos de perfumería y belleza pueden ser descartados en los colectores Ecoestilo de perfumería en todas las tiendas de Renner, aunque estos no hayan sido adquiridos en Renner. Los residuos recolectados reciben la destinación ambientalmente correcta, evitando la contaminación del medio ambiente.

Desde el 2017, los clientes también pueden descartar sus ropas, compradas en las tiendas de Renner o no, en los colectores Ecoestilo de ropas. El proyecto se expandió de las primeras 15 tiendas piloto para 94 en el 2019. **En total, desde el 2017 ya fueron 2,4 ton de ropas colectadas, que serán destinadas para reciclado, por medio del proceso de desfibrado, o para su reutilización por upcycling o donación.**

RESIDUOS COLECTADOS POR ECOESTILO DE PERFUMERÍA (TON)



RESIDUOS COLECTADOS POR ECOESTILO DE ROPAS (TON)



### Reciclado y reúso

El proyecto P+L también contribuye y fomenta el desarrollo de una cadena reversa que recoge y recicla los residuos para ser destinados a otros segmentos (hilos para artesanía, llenado de tapizados, aislamiento térmico y acústico para industria automotriz). En el 2017, habían sido colectadas 388 toneladas de residuos textiles de proveedores.

En el 2018, 700 y, en 2019, 885 toneladas, sumando el equivalente a cerca de 610 camiones de basura\*, dejaron de ser destinadas a vertederos y ganaron nuevas utilidades a través de reciclado o reutilización.

### Upcycling

Usamos la técnica de *upcycling* para evitar el desperdicio de materiales potencialmente útiles, produciendo piezas hechas con la re inserción creativa de materias primas que serían descartadas en el ciclo de producción. En lugar de desarrollar nuevas estampas y fibras del cero, usamos el excedente de tejidos ya existentes para crear nuevos productos y darle nuevos usos a un material que ya no tendría lugar en el mercado.

#### 2019

En total, produjimos 14,2 millones de piezas con procesos menos impactantes en el año.

### Panorama de impacto

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

\* Considerando una media de 2,6 toneladas (densidad media de un fardo de residuo textil de 150kg/m<sup>3</sup> y un camión con volumen de 17,5m<sup>3</sup>)



## CALIDAD

Tenemos un cuidado especial con la calidad y contamos con un laboratorio donde probamos los productos en ítems como prueba de rodaje (simulación del uso del cliente), lavado doméstico, *pilling* (formación de bolitas), solidez al lavado, solidez al rozamiento, encogimiento, deformación, torsión, migración, gramaje y acabados de costura, y adecuamos los productos de acuerdo con las mejores prácticas internacionales. Así, también contribuimos con un modelo más sostenible que amplifica el ciclo de vida de los productos.

Además de las pruebas, también monitoreamos la calidad de los productos por medio de tres indicadores principales: el porcentual de reprobación de los pedidos inspeccionados, el porcentual de devolución de productos de las tiendas por defectos de fabricación y una encuesta de satisfacción enviada a los clientes 14 días después de la compra para evaluar su satisfacción.

**En paralelo a esto, realizamos acciones para mejorar la calidad de las muestras y reducir la devolución de piezas, tales como:**

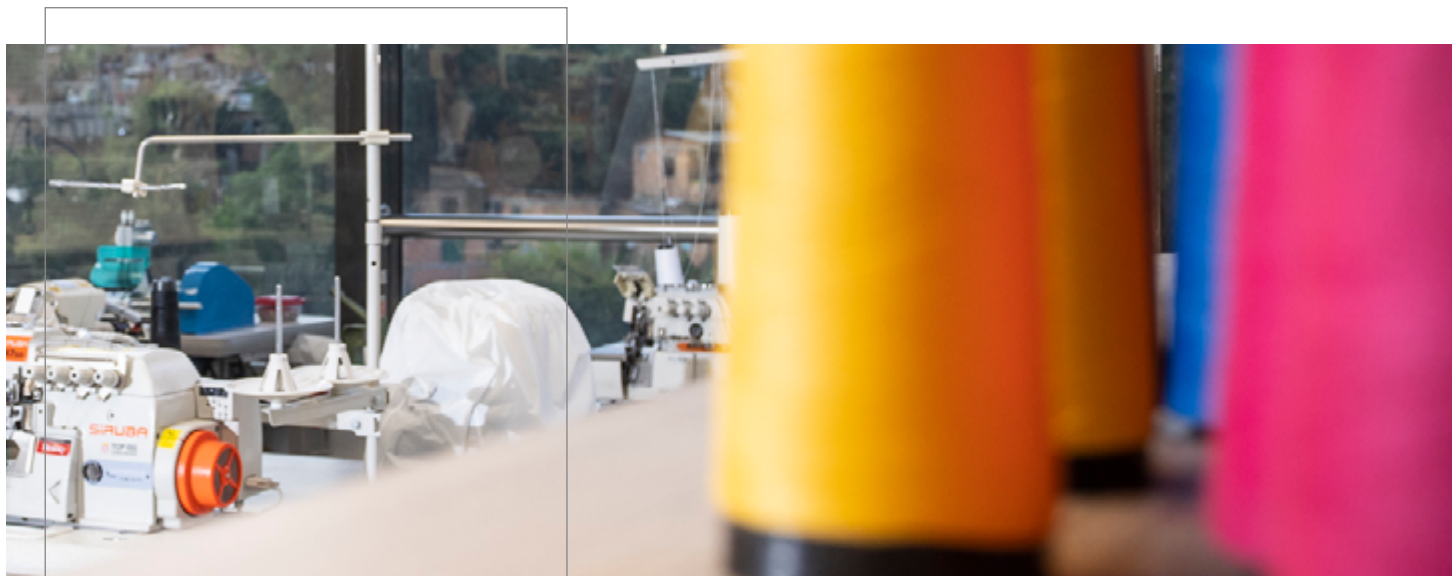
- Campaña de Cultura de la Calidad, por medio de la cual lanzamos ocho vídeos sobre Calidad, siete de ellos sobre temas específicos: pasante rasgado, producto arrugado en tienda, materia prima, cambio de producto en tienda, modelado, oxidación de las bisuterías y costura.

- Lanzamiento de la ruta de la calidad en la Universidad Renner.
- Charla sobre cultura de calidad con el director de Citeve Portugal, reconocido centro de tecnología textil, y consultoría junto al centro para la redefinición de nuestros requisitos mínimos de calidad.
- Revisión o actualización de requisitos de inspección de calidad de acuerdo con la percepción del cliente.

### Experiencia e innovación en la práctica

Inauguramos en el 2019, en el área del Desarrollo Técnico de Producto en la Sede Administrativa, la Sala de Pilotaje, alineada al concepto *lean manufacturing*, que funciona como un espacio para modelar, cortar, preparar, coser y hacer acabados en las ropas.

El espacio une tecnologías tradicionales de costura a la industria 4.0, con regulación digital de la presión de la máquina de coser para diferentes tejidos, permitiéndonos así crear y corregir piezas, **acelerando el tiempo de desarrollo, reduciendo el *lead time* en hasta 12 días útiles y con excelente estándar de calidad de la muestra.**



# Apoyo a la innovación

Nuestro compromiso con la Moda Responsable nos trae una importante oportunidad y responsabilidad de apoyar la transformación de la cadena de valor de la moda. Parte esencial de esta transformación es repensar procesos, propósitos y objetivos para construir soluciones innovadoras.

En el 2018, iniciamos una llamada de *startups*, en colaboración con Wow Aceleradora, para buscar empresas con innovaciones disruptivas que contribuyan con la sostenibilidad de la cadena de valor de moda. En total fueron 102 *startups* inscritas, 10 seleccionadas para presentarse en un día de *pitch* y tres seleccionadas para una inversión en prueba de concepto.

## PERCHAS SOSTENIBLES

Uno de los prototipos fue la percha sostenible, hecha a partir de poliéster – residuo de la cadena textil – y propileno BOPP – residuo de envases plásticos metálicos colectados en el centro de clasificación de Vila Pinto, localizado en la comunidad de Bom Jesus, vecina a la Sede Administrativa de Tiendas Renner.

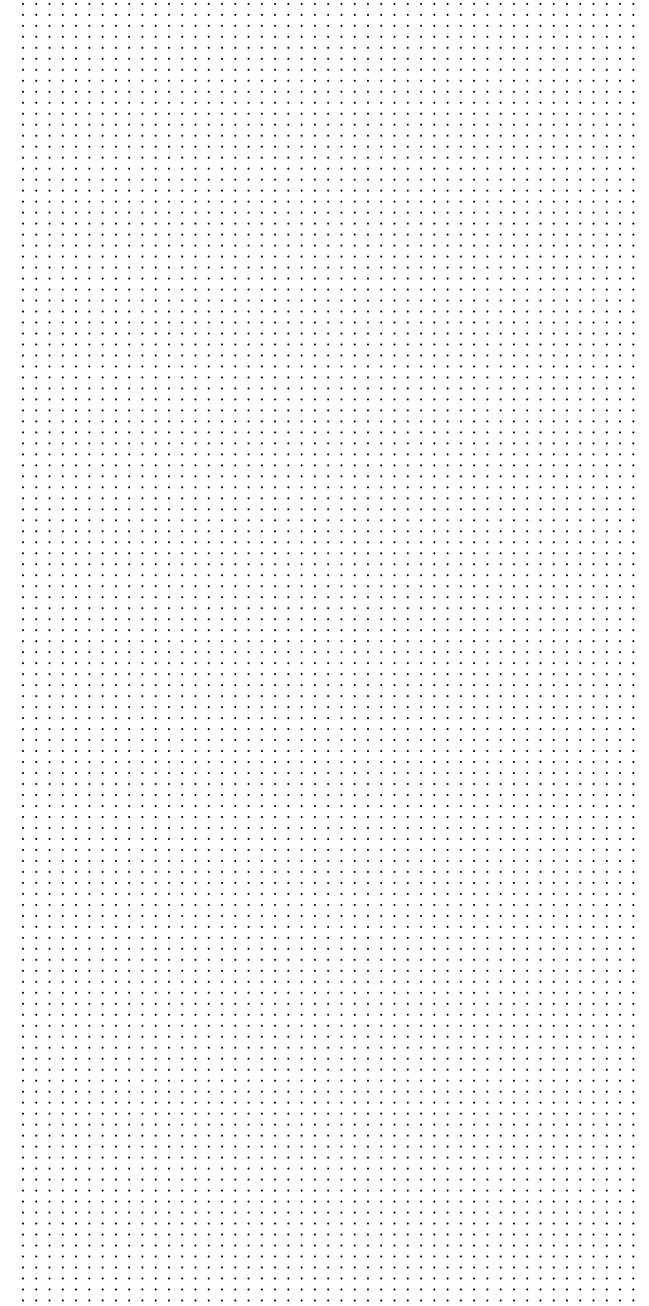
Ambos residuos usados en la fabricación de la percha no pueden ser reciclados y, por eso, el prototipo es tan especial. Él transforma estos residuos que irían para un vertedero o usos menos nobles y los transforma en materias primas nuevamente, un proceso de *upcycling* que prolonga su vida útil, evita el descarte y también la extracción de nuevas materias primas.

## AGROFORESTACIÓN TEXTIL

Inversión en proyecto dirigido a producir tejidos sostenibles a partir de fibras vegetales provenientes de manejo sostenible agroforestal.

## ENERGÍA SOLAR ACCESIBLE A TODOS

Invertimos en el desarrollo para la futura instalación de placas de energía solar en nuestra sede que alimentarán una plataforma digital que viabiliza el acceso de personas físicas a un club de consumo de energía solar.



# Comprometimiento

 Social y de Relación

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

## Colaboradores



**65,1%**  
de **mujeres** en  
cargos de liderazgo

**47,5%**  
en el alto liderazgo

Nuevamente entre las  
**Mejores Empresas para  
Trabajar Você S/A**



**103**  
horas de **entrenamiento**  
por colaborador

**86%**



de **comprometimiento**  
de los colaboradores

## Comunidades periféricas

**R\$9,9mi**  
Invertidos por el



INSTITUTO  
LOJAS  
RENNER

**3,2 toneladas** de algodón  
agroecológico producido por mujeres  
líderes comunitarias de quilombolas  
apoyadas por el Instituto Lojas Renner



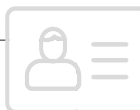
**11,2mil**  
beneficiados de



**75**  
proyectos apoyados

## Refugiadas

**Desde 2016,**  
**+ de 300** capacitadas y  
**+ de 75** contratadas por  
Renner, Youcom y Camicado



## Clientes

### Sostenibilidad

#### Concientización para la sostenibilidad

COLECCIONES ESPECIALES RE

- ReFlora
- ReFolklore
- ReResort



#### Encantamiento

**97%**

de clientes satisfechos y  
muy satisfechos

Disminución de insatisfechos  
de 5,1% para 3%



**0**

reclamos relacionados a la  
violación de privacidad o  
pérdida de datos del cliente



## Ética

Mantener relaciones éticas en toda la cadena de valor es indispensable para la sostenibilidad del negocio, por eso, desde 1995 contamos con el **Código de Conducta para Colaboradores** y desde el 2018 con el **Código de Conducta para Proveedores** para orientar, esclarecer y formalizar las conductas, valores y principios esperados de nuestros colaboradores, administradores y proveedores.



Colaboradores



Proveedores



Sociedad

### ADHESIÓN

En la contratación y siempre que el documento sea actualizado

Cláusulas contractuales en la homologación y cumplimiento monitoreado (conozca más en la página 37)

### DENUNCIA

Canales de denuncia por carta, teléfono, e-mail y sitio *web* institucional, divulgados para toda la sociedad en los Códigos y continuamente por medio de acciones de comunicación junto al público interno y proveedores.

Todas las denuncias recibidas son tratadas con secreto, confidencialidad e imparcialidad por el Comité de Conducta, especializado, entrenado y vinculada al Consejo de Administración, especializada y entrenada para conducir el caso. Las investigaciones de denuncias en asuntos contables son conducidas por el área de Auditoría y las demás, por el área de *Compliance*.

### SENSIBILIZACIÓN

7.648 colaboradores entrenados presencial y virtualmente sobre el código de conducta, sumando 4.591,5 horas

- 3 eventos de presentación del Código para 239 proveedores
- 2 *workshops* sobre ética para Proveedores Administrativos
- Comunicación por e-mail

## Combate a la corrupción Social y de Relación

GRI 205-2, 205-3

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

Desde el 2017, la gestión del tema es conducida por el área de *Compliance Corporativo*, responsable por el mapeo de riesgos y por apoyar la elaboración de planes de acción para riesgos identificados, lo que proporcionó una mayor consistencia, enfoque y efectividad, garantizando el monitoreo continuo del tema, buscando su perfeccionamiento. En el 2019, no identificamos ningún riesgo significativo.

### Concientización

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

- Entrenamiento presencial para los Directores y Consejeros, para demostrar el comprometimiento de la alta administración sobre el tema.
- Acciones de comunicación el Día Internacional de Combate a la Corrupción, en diciembre.
- Publicación de la "Guía Práctica de Relación con Agente Público" disponible en la Base de Conocimiento, en nuestra intranet, con buenas prácticas para la promoción de la ética y combate a la corrupción en la relación con agentes públicos.

En el 2019, fueron 68,3 horas de entrenamientos presenciales ofrecidos sobre el tema con la participación de 667 colaboradores de Tiendas Renner S.A. (abajo, imagen de la Sede Administrativa, localizada en Porto Alegre - RS) y tres horas de entrenamiento a los proveedores con 239 participantes. En resultado a nuestras acciones, no tuvimos casos de corrupción involucrando a Tiendas Renner en el 2019.



## Seguridad de la información Intelectual

La Seguridad de la Información es un aspecto cada vez más relevante en la sociedad contemporánea frente a la conectividad creciente proporcionada por 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 forma parte de los compromisos fundamentales del Código de Conducta y el Consejo de Administración se involucra en la gestión del tema aprobando y validando la estrategia de Seguridad de la Información.

**Trabajamos el tema por medio de una sólida estructura de gestión:**

### ESTRUCTURA Y POLÍTICAS

- Política de Privacidad, formal y pública que rige los principios éticos de secreto y privacidad a ser observados y esclarece las condiciones generales de recogida, uso, almacenamiento, tratamiento y protección de datos en los sitios *web*, plataformas y aplicaciones de internet, en conformidad con la Ley 12.965/2014 (Marco Civil de Internet) y el Decreto nº 8.771/2016 (Reglamentación del Marco Civil de Internet).
- Política de Seguridad de la Información y área estructurada.
- Comité Corporativo de Riesgos Cibernéticos y Fraude, multidisciplinario.

### PROTECCIÓN CONTRA ATAQUES CIBERNÉTICOS

Tenemos diversos procesos para proteger a la Compañía del riesgo de ataques e intrusiones por *hackers* (o *crackers*), con cuatro macro estructuras principales de operación calzadas en empresas colaboradoras especializadas:

- Security Operation Center (SOC) - dirigido para la protección del perímetro de internet, correlación de eventos y respuesta a incidentes.
- Ethical Hacking con pruebas de intrusión recurrentes en el ambiente.
- Brand Protection, dirigido al monitoreo de las principales marcas de Tiendas Renner S.A. en internet.
- Threat Intelligence, dirigida para la seguridad de perímetro y acciones predictivas para nuevas amenazas para el mercado minorista.

También contamos con un profesional con perfil dedicado a realizar pruebas de Intrusión periódicas en el ambiente, un equipo que gestiona las vulnerabilidades técnicas y los riesgos cibernéticos de la Compañía y un Plan Formal de Respuesta a Incidentes Cibernéticos.

### RESPUESTA A INCIDENTES E INTERRUPCIONES

Tenemos un proceso de Gestión de Continuidad de Negocios (GCN), por medio del cual realizamos el levantamiento de los riesgos operativos y el Análisis de Impacto de Negocios (BIA). A partir de este escenario, definimos el Plan de Continuidad Operativo (PCO) y todos los sistemas clasificados como vitales y críticos en la BIA son considerados en el Plan de Recuperación de Desastres (DRP).

Para garantizar la eficiencia de este proceso, realizamos pruebas anuales de los PCOs, semestrales del DRP y realizamos entrenamientos para la respuesta a incidentes.



## PROTECCIÓN DE LOS DATOS DE LOS CLIENTES

En relación al riesgo de fuga de informaciones, tenemos un gran enfoque en la protección de los datos de los clientes: somos recertificados anualmente en el PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) desde el 2012, estándar de las marcas para la 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 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 agosto del 2020, implementando nuestro Programa Multidisciplinario de Privacidad y Protección de Datos Personales.

**En el 2019, Tiendas Renner no tuvo ninguna reclamación relativa a la violación de privacidad o pérdida de datos del cliente.**

## GESTIÓN DE IDENTIDADES Y ACCESOS

Tenemos una plataforma de gestión de las identidades y accesos de los colaboradores y empresas colaboradoras 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 – Role-Based Access Control), Single Sign-On y procesos complementarios.

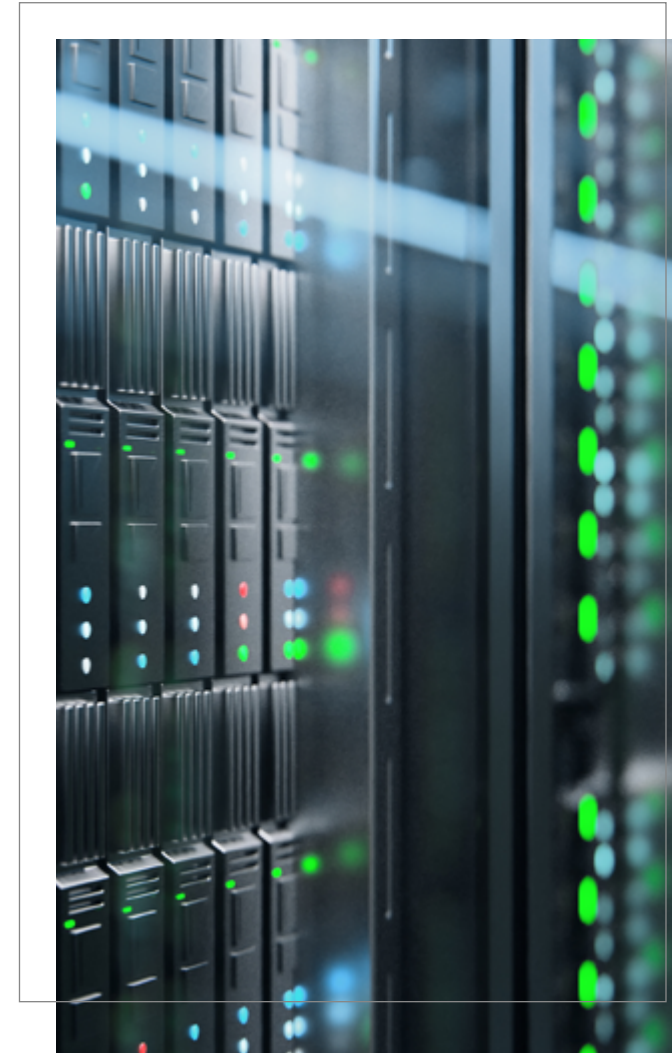
## CONCIENTIZACIÓN PARA SEGURIDAD

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

Otro punto importante para reforzar los compromisos con la Seguridad de la Información es la existencia de **metas sobre el tema en la evaluación de desempeño de especialistas o gestores que estén relacionadas a la concientización.**

### Camiño correcto

No hubo multas o penalizaciones de órganos reguladores por violación de la privacidad del cliente, fallas de Seguridad de la Información o incidentes de ciberseguridad en el año.



# Colaboradores

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

## PERFIL DE DIVERSIDAD

24.162  
colaboradores



Distribución Regional	Total	%
Brasil	23.340	96,6%
Norte	900	3,7%
Nordeste	2.673	11,1%
Centro-Oeste	1.480	6,1%
Sudeste	10.775	44,6%
Sur	7.512	31,1%
Uruguay	513	2,1%
Argentina	249	1,0%
China	55	0,2%
Bangladesh	5	0,0%



Género	Total	%
Mujeres	15.718	65,1%
Hombres	8.444	34,9%



Franja Etaria	Total	%
Hasta 29 años	14.229	58,9%
Entre 30 y 49 años	9.055	37,5%
50 años o más	878	3,6%



Cargo	Total	%
Líderes	2.368	9,8%
Otros colaboradores	21.794	90,2%



Carga Horaria	Total	%
Periodo completo	22.861	94,6%
Parcial	1.301	5,4%



Tipo de Contrato	Total	%
Tiempo indeterminado	23.122	95,7%
Determinado	959	4,0%
Pasantes	81	0,3%

Perfil de diversidad por cargo	Consejo	Dirección	Líderes					Otros colaboradores
			Perfil de senioridad			Perfil de actuación	Promedio	
			Sénior	Pleno	Júnior	Cargos generadores de ingreso		
Género								
Mujeres	25,0%	18,8%	47,50%	65,9%	65,4%	68,7%	65,1%	65,0%
Hombres	75,0%	81,3%	52,50%	34,1%	34,6%	31,1%	34,9%	35,0%
<b>Edad</b>								
Hasta 29 años	0,0%	0,0%	24,80%				24,6%	62,6%
Entre 30 y 49 años	18,7%	75,0%	72,80%				72,8%	33,6%
50 años o más	81,3%	25,0%	2,40%				2,5%	3,8%
<b>Raza</b>								
Amarilla	0,0%	0,0%	1%	0,7%	0,3%	ND	0,5%	0,5%
Blanca	100,0%	100,0%	94,80%	87,9%	72,8%	ND	78,8%	55,9%
Indígena	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	ND	0,0%	0,1%
Mestiza	0,0%	0,0%	2,1%	7,9%	17,6%	ND	12,1%	21,9%
Negra	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%	8,2%	ND	5,2%	10,6%
No informada	0,0%	0,0%	2,1%	0,6%	1,1%	ND	3,5%	10,8%

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) donde almacena el 100% de este contenido.

### INDICADORES DE EQUIDAD DE GÉNERO

Monitoreamos dos indicadores relevantes para la promoción de la equidad de género en el mercado de trabajo, de manera de, continuamente, evolucionar en el empoderamiento de las mujeres y en la promoción de condiciones igualitarias.

### Licencia Maternidad

623

Licencias cerradas hasta el 2019



Tasa de retorno:

71%

708

Total de colaboradoras que en 2019 completaron 12 meses desde su retorno de la licencia



Total que permaneció después de esos 12 meses:

47%

657

Total de colaboradoras que en 2019 completaron 24 meses desde su retorno de la licencia



Total que permaneció después de esos 24 meses:

36%

### Relación entre la remuneración de mujeres/hombres



El alto liderazgo (a partir de gerente sénior):

0,84

considerando salario base



Líderes (por debajo de gerente sénior):

0,74

considerando salario base

0,76

considerando salario base + ticket promedio de beneficios



No líderes:

0,92

considerando salario base

## DIVERSIDAD EN LAS OPORTUNIDADES

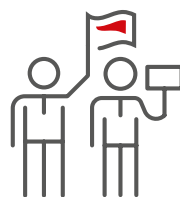
En el 2018, le dimos mayor visibilidad al tema de la diversidad y de la inclusión en la Compañía, con la creación del área de Diversidad, que ejecutó un diagnóstico de mejores prácticas y desafíos de la Compañía y del sector e inició la construcción de un plan de acción para el estímulo a una cultura de diversidad en los próximos años.

Además del área de diversidad, contamos con colaboradores de diferentes áreas y categorías, incluso liderazgos, que son agentes de inclusión, buscando multiplicar la cultura de diversidad en la Compañía.

En el 2019, la estrategia de Diversidad e Inclusión fue aprobada por la dirección con el enfoque de trabajar la Pluralidad de la Mujer durante los próximos 3 años. En este sentido, una de las más importantes acciones del año fue la realización de un Censo de Diversidad junto a todos los colaboradores, de todas las empresas de Tiendas Renner S.A., con participación anónima y voluntaria, para conocer mejor a nuestro público y poder direccionar esfuerzos de forma más asertiva y crear nuevas iniciativas que respeten y valoricen aún más nuestras personas. Tuvimos una adhesión del 32% al Censo, que nos trajo algunas informaciones importantes sobre el perfil de diversidad de la Compañía.



**34%**  
del cuadro de colaboradores formado por **negros y mulatos**



**93%**  
del público LGBTQI+\* afirmó sentirse **libre, respetado y acogido** entre sus compañeros

También pasamos a incluir un entrenamiento obligatorio sobre el tema en la integración de nuevos colaboradores y realizamos, en el día de la mujer, diversos talleres de empoderamiento, con temas como mecánica, uso de turbante, *upcycling*, imagen personal y maquillaje como expresión.

\*Sigla para Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transexuales, Queer, Intersexuales y o +, que representa diversas otras formas de identidad de género.



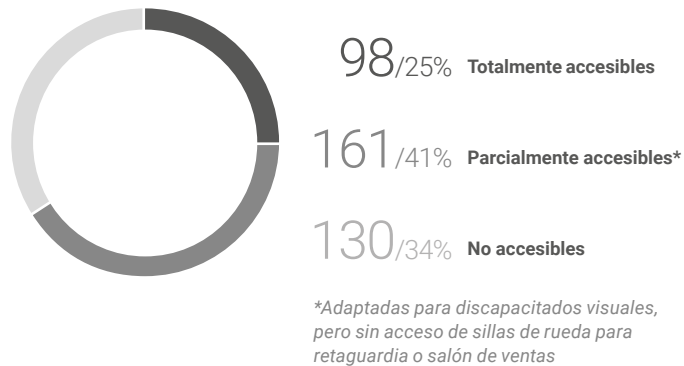
### La riqueza de la diversidad

En 2019, el Instituto Lojas Renner capacitó a 20 mujeres venezolanas, en el curso de Atención y Ventas al Público, en Boa Vista, Roraima, dentro del programa Empoderando Refugiadas. Todas fueron contratadas en operaciones de Lojas Renner en 13 ciudades brasileñas, e interiorizadas junto con sus familias. Ver el [documental](#) completo del proyecto.

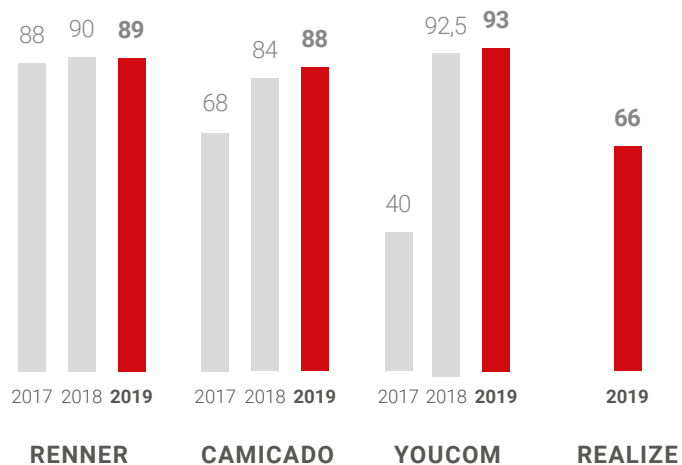
Además de Boa Vista, el programa se realizó también en Porto Alegre, Salvador y São Paulo.

## Indicadores de inclusión de personas con discapacidad

### ACCESIBILIDAD EN LAS TIENDAS DE RENNER EN EL 2019



### ATENCIÓN A LA CUOTA DE CONTRATACIÓN DE PCD (%)



## Apoyo al desarrollo

GRI 404-1, 404-3

### CARRERA Y DESARROLLO

Proporcionamos a todos los colaboradores un ciclo de carrera que cuenta con procesos estructurados y consolidados para identificar, desarrollar y supervisar nuestros talentos.

Por eso, nuestro proceso de evaluación de competencias es un importante momento de promover y ampliar conversaciones sobre desempeño y desarrollo, para reconocer competencias y realizaciones y planificar oportunidades de aprendizaje y avance de carrera. Para el público de colaboradores no liderazgos el proceso es semestral, mientras para los liderazgos es anual.

Con los resultados de la evaluación, cada colaborador realiza su Plan de Desarrollo Individual (PDI) con el apoyo de su líder para planificar acciones para su desarrollo.

**En el 2019, el 99% de los colaboradores elegibles de Tiendas Renner S.A. pasaron por el proceso, 8 p.p. más que en el año anterior,** un importante avance en el comprometimiento de los colaboradores sobre la relevancia del proceso en la construcción de sus carreras.

### COLABORADORES ELEGIBLES\* QUE PASARON POR LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO



*\*Son elegibles todos los colaboradores activos que están en la Compañía hace por lo menos tres meses y no estuvieron alejados por más de la mitad del período de la evaluación.*

## Universidad Renner

La Universidad Renner (UR) es una red de experiencias de aprendizaje, que conecta colaboradores de Renner, Youcom, Camicado y Realize en todos los países en que actuamos, transformando conocimiento en encantamiento desde 1995. La Universidad cuenta con una plataforma moderna de aprendizaje y estimula redes de experiencias y conexión entre los colaboradores para potenciar el intercambio de conocimiento.

La base de formación tiene en cuenta los siguientes pilares: Liderazgo Inspiradora, Cultura del Encantamiento, Gestión del Negocio, Sostenibilidad, Moda y Producto.

Creemos que la mejor forma de aprender es experimentar aprendiendo, desaprendiendo y reaprendiendo. Por eso, UR se basa en experiencias de aprendizaje prácticas, colaborativas y teóricas, con el objetivo de fortalecer los liderazgos y el desarrollo de los equipos.

Todo esto en una plataforma moderna y utilizando nuevas tecnologías como *games*, realidad virtual, realidad aumentada, *chatbots* e inteligencia artificial.

## HORAS DE ENTRENAMIENTO POR COLABORADOR



28 Dirección  
150 Liderazgos  
104 Colaboradores

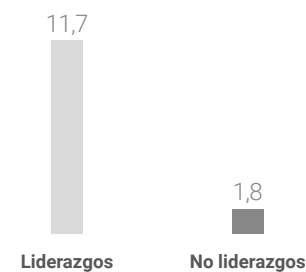


34 Dirección  
114 Liderazgos  
117 Colaboradores



43 Dirección  
216 Liderazgos  
90 Colaboradores

## MEDIA DE INVERSIÓN EN ENTRENAMIENTO POR COLABORADOR EN EL AÑO (EN R\$ MIL):





Hace 27 años, tenemos un programa de *trainees* que tiene como objetivo desarrollar a los futuros liderazgos, identificados con el negocio, con la filosofía y con la cultura de la Compañía.

Actualmente, tenemos dos programas que contemplan públicos distintos: uno de ellos enfocado en la formación de nuevos líderes para las tiendas y otro en la formación de profesionales para el área de producto: *buyer, planner y design*.

La premisa de esta formación es la de “aprender haciendo”, por esto, la jornada de aprendizaje involucra el aprendizaje en la práctica, con vivencia en tiendas (*on the job training*) y forums con Directores y CEO, además de diversos *workshops* facilitados por el liderazgo.

El programa ya formó innumerables líderes, como ejemplo, nuestro Presidente, Fábio Faccio, que comenzó su carrera en la Compañía hace 19 años como *trainee* de Gerente de Tienda.

## Cultura

Como una empresa de gran tamaño, presente en todo Brasil y en el exterior, tenemos una gestión activa del alineamiento y comprometimiento con nuestra cultura corporativa. Hace 18 años promovemos nuestra Convención de Líderes anualmente, que reúne desde gerentes hasta directores y trabaja contenidos estratégicos para el desarrollo, la integración de los ejecutivos, el fortalecimiento de la cultura organizativa y la diseminación de las directrices estratégicas de la Compañía.

Después de la Convención, los ejecutivos profundizan el contenido junto a los demás gerentes en el evento de Desdoblamiento y, entonces, los gerentes y líderes seniors repasan con coordinadores y especialistas los contenidos y experiencias, para que diseminen junto a todos los colaboradores el alineamiento al tema estratégico de la Convención.

Hace más de 20 años también promovemos Magia Renner, alineado a los conceptos de la Convención, considerado uno de los pilares de sustentación de la filosofía y de la cultura corporativa por promover la total integración entre los diferentes niveles de la empresa.

## Salud, seguridad y bienestar

Proporcionamos a nuestros colaboradores locales de trabajo seguros y saludables, por medio del cumplimiento de leyes relativas a la medicina y a la seguridad del trabajo, con un equipo dedicado a la gestión del tema y un conjunto de normas y políticas estructuradas:

- Programa de Control Médico de Salud Ocupacional (PCMSO)
- Programa de Prevención de Riesgos Ambientales (PPRA)
- Comisión Interna de Prevención De Accidentes (CIPA)
- Análisis Ergonómico del Trabajo (AET)

También estimulamos y concienciamos a nuestros colaboradores a adoptar actitudes responsables en el cumplimiento de leyes y normas internas relativas a la medicina y a la seguridad del trabajo, actuando de forma preventiva y promoviendo un ambiente de trabajo seguro, saludable y de calidad, buscando la mejoría continua.

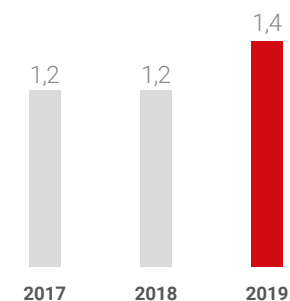
En el 2019, iniciamos un programa de gestión de alejados promoviendo un seguimiento más cercano de estos colaboradores y apoyando su regreso al trabajo.

## En el año también avanzamos en las iniciativas de promoción de la calidad de vida:

- Programa de seguimiento de gestantes.
- Colaboración con Gympass, válida para todos los colaboradores y sus dependientes, para la adhesión a planes con descuento y acceso a varias modalidades y gimnasios, estimulando a actividad física. En el 2019, 842 colaboradores adhirieron a los planes.
- Proyecto piloto de *home office* y horarios flexibles en la Dirección de Producto y *E-commerce*, con 209 y 203 participantes, respectivamente, que será expandido en 2020 para as demais áreas da Renner.

## Indicadores

### TASA DE FRECUENCIA DE ACCIDENTES



**No hubo ocurrencias de enfermedades ocupacionales o fallecimientos en el 2019.**



## COMPROMETIMIENTO

“Contratamos, desarrollamos y mantenemos a las mejores personas, que les gusta la gente, que tienen pasión por lo que hacen y brillo en los ojos. Trabajamos en equipo, y nuestras personas tienen autoridad y responsabilidad para tomar decisiones. Proporcionamos la misma escalera para que todos los colaboradores puedan subir a la velocidad de sus talentos, esfuerzos y resultados.”

Este fragmento anterior es uno de nuestros fundamentos corporativos “GENTE” y un pilar fundamental para que él impregne todo nuestro negocio es el comprometimiento de todos. Por eso, estamos atentos a cuidar, todos los días, de lo que nos hace tener un clima favorable en el ambiente de trabajo, donde las personas se sientan valorizadas, reconocidas y quieran estar y quedarse .

Anualmente, realizamos la encuesta de comprometimiento voluntaria y anónima y, en el 2019, además de abarcar a todos los colaboradores de Renner y Camicado pasó también a escuchar a los de Youcom y Realize, abarcando el 100% de la Compañía.

Los resultados tienen niveles superiores del mercado minorista y alcanzaron nuestra meta del 86% de comprometimiento para el 2019.

En el 2019, fuimos reconocidos nuevamente entre las Mejores Empresas para Trabajar de la Guía Você S/A, con destaque también en el ranking en la categoría Liderazgo, y también la única empresa del mercado minorista elegida entre las 45 Mejores Empresas para Comenzar la Carrera por el ranking Você S.A.

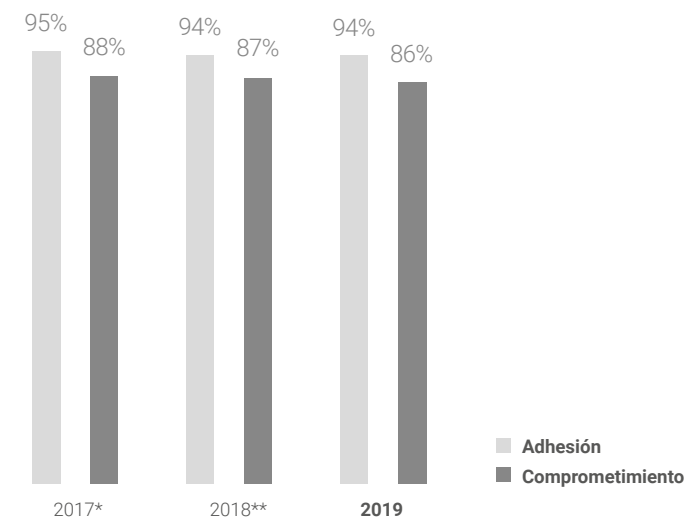
### TEMAS DE DESTAQUE

	% de comprometimiento
Enfoque en el cliente	92%
Diversidad	90%
Marca	90%

### PRINCIPALES DESAFÍOS

Remuneración y beneficios	71%
Calidad de vida	76%
Colegas de trabajo, superior inmediato y gestión del desempeño	83%

### ENCUESTA DE COMPROMETIMIENTO



\* Datos contemplan solamente Renner.

\*\* Datos contemplan solamente Renner y Camicado.

## Inspiración para la sostenibilidad

La construcción de un modelo de negocios de menor impacto es diaria e involucra las acciones y toma de decisión diarias de colaboradores de todas las áreas del negocio. Por eso, desarrollamos diversas iniciativas para la disseminación y fortalecimiento de esta cultura.

### TIENDAS

Un paso importante fue la creación del proyecto piloto Guardianes de la Sostenibilidad, con el objetivo de capacitar a los colaboradores de tiendas sobre las iniciativas de sostenibilidad de la Compañía y, así, contribuir con un ciclo virtuoso de evolución: los guardianes multiplican la disseminación de nuestro compromiso con la sostenibilidad en las tiendas alcanzando a miles de clientes y también nos traen perspectivas importantes sobre puntos de evolución en el día a día de la operación para un negocio cada vez más sostenible.

**El proyecto Guardianes tuvo inicio en un piloto de 30 días, en una regional en São Paulo con 22 tiendas, con el desafío de probar un modelo de comprometimiento para la sostenibilidad** en las tiendas que también trabajó atributos y valores como protagonismo, pertenencia, potencial de ventas y encantamiento.

El piloto incluyó el entrenamiento de los equipos, la creación de materiales informativos, como cartillas, vídeos y contenidos en la Universidad Renner y la creación de una pulsera hecha con el reaprovechamiento de tejidos por mujeres apoyadas por el Instituto Tiendas Renner que identifica a los guardianes y la evaluación del programa.

### Resultados

#### Impactos de los Guardianes de la Sostenibilidad:

- 24 colaboradores directos y 861 indirectos
- 219.546 clientes
- +0,5% de venta de productos Re

### TRAINEES

En el 2019, el programa de desarrollo de *trainees* también pasó a incluir una asignatura de sostenibilidad, preparando a los nuevos líderes del negocio en este pilar fundamental y estratégico de la Compañía.

La iniciativa contempló visitas a los proyectos apoyados por el Instituto Tiendas Renner y acciones de movilización de los *trainees* en colaboración con las mujeres beneficiadas por los proyectos.

En total, en el año, fueron capacitadas 14 grupos de *trainees* en 31 horas de entrenamientos sobre sostenibilidad para 377 participantes.

### EQUIPO DE DESARROLLO DE PRODUCTO

También promovemos el entrenamiento y capacitación de los equipos de productos sobre *design* circular y materiales sostenibles, sumando 346 horas de entrenamiento para 49 colaboradores.

## Apoyo a las comunidades

Nuestra operación como minorista de moda no genera impactos negativos en las comunidades del entorno de nuestras tiendas. Nuestro enfoque en la gestión de esta relación es, por lo tanto, en ejercer nuestro potencial de alcance de millones de personas para, a partir del estímulo al espíritu emprendedor, generar desarrollo para la sociedad y desarrollar una cadena de valor de moda cada vez más sostenible.

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

Los recursos propios, desde el inicio de la actuación del Instituto son provenientes del movimiento Todas Avancen Juntas, que promueve acciones comerciales en nuestras tiendas para el comprometimiento de los clientes y la recaudación de recursos a partir de la venta de productos en línea con la misión del Instituto Tiendas Renner. Conozca las inversiones y recaudaciones del año en la página 84.

**Los proyectos apoyados están alineados a los diferentes eslabones de la cadena textil de la moda, para unir la generación de valor a las personas y organizaciones beneficiadas a la construcción de nuestro objetivo estratégico de Moda Responsable.**

Desde el 2008, los proyectos de generación de empleo y renta para mujeres en situación de vulnerabilidades fueron el gran objetivo del Instituto. Con el cambio de la misión, en el 2016, fue instituida una colaboración entre el Instituto Tiendas Renner, Tiendas Renner S.A. y ONU Mujeres para el apoyo a iniciativas de empoderamiento económico y social de mujeres en la cadena de valor de la industria textil.

En el 2019, también reforzamos en nuestra estrategia la conexión de los proyectos apoyados con nuestro negocio para que podamos multiplicar nuestro impacto positivo, apoyando el espíritu emprendedor y articulando la generación de oportunidades para la construcción y auto sustentación de negocios sociales.



### #TodasAvanzanJuntas

Lanzamos la webserie #TodasAvanzanJuntas para hablar sobre el avance de la mujer y el poder de transformación que ella genera. En ella, la mediadora Babi Thomaz, presentadora y columnista, Rosa Maristela y Natália Romualdo, del canal Papo de Preta, hablan sobre sororidad, el empoderamiento y la moda como elementos de transformación.

**Son tres episodios con diferentes invitadas compartiendo sus visiones y experiencias personales:**

**1º episodio:** Fabiana Taccola, Directora de Marketing del Instituto Tiendas Renner, y Carina Zagonel, participante de Emprendedoras de la Moda hablan sobre espíritu emprendedor.

**2º episodio:** Suelen Joner, Consultora Técnica de Sostenibilidad de Tiendas Renner, y Silvana Souza Soares, participante del Proyecto Algodón Agroecológico, del Instituto Tiendas Renner hablando sobre el papel de la mujer del campo.

**3º episodio:** Fabiola Silveira Lima, Gerente de Conformidad de Proveedores de Tiendas Renner y Roberta Negrini del proyecto Joaquina Brasil, hablan sobre la importancia de la capacitación y empoderamiento de mujeres que son presidiarias o ex-detenidas.

Ver los episodios en la *playlist* **#TodasAvanzanJuntas**

## Principales proyectos apoyados

### EMPREDEDORAS DE LA MODA

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

- Requisitos de sostenibilidad, calidad de productos y conformidad social
- Cadena productiva
- 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 es desarrollado en seis ciudades de Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo y Rio de Janeiro y capacitó 649 mujeres en los primeros grupos, que concluyeron su formación en el 2019.**

**Conozca a continuación los principales negocios sociales desarrollados a partir de Emprendedoras de la Moda:**

### AGENCIA COMPROMISO

Creada en el 2019, tiene como propósito empoderar a los jóvenes del barrio Bom Jesus, vecino a nuestra sede, por medio de la inclusión en el mercado de trabajo y en la industria de la moda. El Instituto invirtió en la capacitación de la gestión de emprendedores locales, que después de la formalización de la empresa, pasaron a prestar servicio para Tiendas Renner S.A. como modelos de prueba y modelos fotográficos. El trabajo junto a la agencia genera valor para la comunidad, con la inserción de los jóvenes en el mercado de trabajo, y también para la Compañía, que amplía la diversidad de sus modelos, acercándose de su público. **Vea en el vídeo.**

### ARMARIO COLECTIVO

Las emprendedoras del movimiento de intervención urbana que crea armarios solidarios para que las personas colaboren con cosas que ya no usan,

identificaron en la moda una forma de generar ingresos para el mantenimiento del negocio social, transformando ropas jeans dejadas en los armarios en delantales y bolsas de mucho estilo.

El grupo también desarrolló bolsas de tienda Youcom a partir de cortinas jeans sustituidas de la propia tienda, también por medio del *upcycling*. **Vea en el vídeo.**

### COPEARTE

Uno de los grupos participantes del programa en Porto Alegre recibió sobras de tejidos de nuestros proveedores y trabajaron en el *upcycling* para transformarlas en envases del jabón Alchemia vendido en nuestro *e-commerce*. Toda la renta de la venta del jabón fue revertida para el Instituto, beneficiando a otras mujeres en el próximo ciclo de desarrollo. **Vea en el vídeo.**

### BOLSAS TODAS AVANCEN JUNTAS

Grupos productivos de Porto Alegre y Florianópolis que participaron del programa desarrollaron una colección de bolsas a partir de jeans de reuso por medio del *upcycling*. Las piezas fueron entregadas como regalos a los clientes de la tienda Renner de Oscar Freire, en São Paulo.

## EMPODERANDO REFUGIADAS

El Instituto ofrece capacitación profesional a mujeres refugiadas en São Paulo (SP), desde el 2016, en Rio de Janeiro (RJ) y en Belo Horizonte (MG), desde el 2018 y en el 2019 amplió la actuación para Porto Alegre (RS), Salvador (BA) y en Boa Vista (RR).

Desde el 2016, por medio de la colaboración con centros de formación, el proyecto ya capacitó **a más de 300 mujeres** provenientes de países como Angola, Congo, Haití y Venezuela. Empoderando Refugiadas prepara a las profesionales para entrar al mercado de trabajo brasileño, en dos modalidades de curso: Atención y Ventas para el Mercado Minorista y Modelado y Costura.

Los cursos también contemplan el desarrollo de habilidades comportamentales como autoconfianza, trabajo en equipo y cuestiones relacionadas a la cultura brasileña, salud y seguridad en el trabajo, además de posibilitar el 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 el segundo semestre del 2019, fue realizado un grupo en Boa Vista (RR), capacitando a 20 refugiadas venezolanas. Al final del curso, todas fueron contratadas por unidades de Tiendas Renner en 13 localidades en Brasil, interiorizadas por el Ejército junto con sus familias. Desde el inicio del proyecto en el 2016, ya fueron más de 75 refugiadas contratadas por la red. [Vea en el vídeo.](#)**

## TEJIENDO AUTONOMÍA

Desde el 2017, desarrollamos junto de la Asociación de las Mujeres Cimarronas de la comunidad de Malhada Grande, en Catuti (MG), el proyecto Tejiendo Autonomía, que le proporcionó calificación profesional a las mujeres líderes comunitarias cimarronas productoras rurales de tres comunidades para la mejoría en los procesos productivos en el cultivo del algodón agroecológico.

En el 2019, el proyecto se expandió, involucrando aproximadamente a 80 mujeres y 300 familias, y, tuvo su primera cosecha de 3,2 toneladas de algodón agroecológico, que servirá de materia prima para la camiseta especial de Todas Avancen Juntas 2020, apoyando el desarrollo del negocio social de la Asociación. **[Vea en el vídeo.](#)**

## BONJA VIVA

Bonja Viva es un colectivo formado por escuelas, proyectos sociales, asociaciones y habitantes de Bom Jesus, barrio vecino de la sede de Tiendas Renner, que tiene como objetivo transformar la realidad de la comunidad por medio de iniciativas en las áreas: social, cultural, ambiental, generación de renta, deportiva, ciudadanía y educacional. El Instituto Tiendas Renner es articulador de los encuentros, con metodología del Instituto Elos, para el desarrollo de habitantes y liderazgos locales y la elaboración y estructuración de proyectos, buscando la evolución de iniciativas ya existentes o la construcción de nuevos proyectos. En el 2019, fueron realizados cuatro grandes eventos comunitarios, una campaña, además de reuniones de seguimiento y de la abertura de un edicto para inversión semilla en cinco iniciativas. **[Vea en el vídeo.](#)**

## EMPODERA TUMBIRA

Apoyamos la realización del proyecto de la asociación Zagaia Amazonía, que busca fomentar una sociedad con más igualdad de género y, también, nuevos caminos económicos para quien cuida y vive del bosque. Las mujeres ribereñas de la comunidad, que está localizada en la Reserva de Desarrollo Sostenible (RDS) Río Negro, participan del proyecto “La preservación de las especies como factor de transformación y empoderamiento femenino”. El objetivo es que las mujeres sean agentes multiplicadoras de la consciencia de la preservación del bosque en su comunidad y potencien el turismo ecológico. El apoyo al proyecto es parte de la acción de lanzamiento de una de las colecciones especiales Re en el año, ReFlora (conozca más en la página 88). **Vea en el vídeo.**

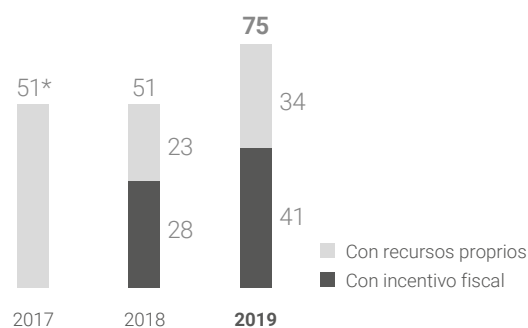
## EMPODERAMIENTO FEMENINO EN LA TECNOLOGÍA

Representando la inversión social de Realize, lanzamos un edicto en septiembre del 2019 para seleccionar proyectos de empoderamiento de niñas y mujeres a partir de la tecnología por medio del aporte de recursos del Fondo de la Infancia y de la Adolescencia. Fueron seleccionados proyectos en Cataguases (MG) y Florianópolis (SC), que serán ejecutados en el 2020.

## Inversiones

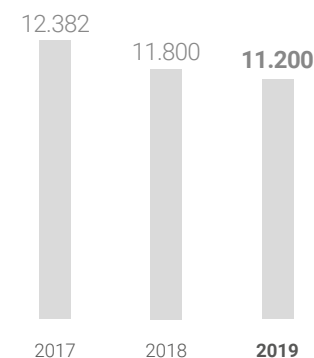
**En el 2019, el movimiento Todas Avancen Juntas recaudó R\$ 2,8 millones con el beneficio del 5% de las ventas de 4 días del mes de agosto, comprometiendo clientes con la misión del Instituto Lojas Renner.**

### PROYECTOS APOYADOS

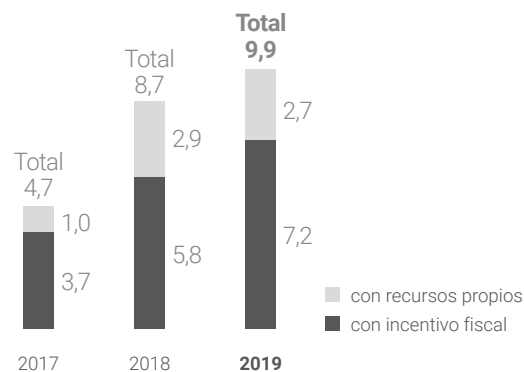


\*Segmentación entre recursos propios y con incentivo fiscal no disponible.

### PERSONAS BENEFICIADAS



### TOTAL INVERTIDO (R\$ MILLONES)



### Voluntariado

Contratamos y capacitamos a jóvenes aprendices en nuestra sede administrativa por medio del Proyecto Pescar, realizado por cerca de 60 voluntarios de la Compañía que dedican su tiempo y conocimiento para enseñarle a los jóvenes.

# Cientes

## Enfoque en el cliente

Encantar a los clientes forma 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.

La búsqueda continua por el encantamiento, en el 2019, fue apoyada por diversas mejoras tecnológicas, de procesos y logísticas para que los colaboradores de las tiendas puedan tener más enfoque en las actividades de atención y también para que podamos ofrecer los productos que el cliente quiere, cuando y donde él quiere, y proporcionar experiencias de compra cada vez mejores en todos los canales. (conozca más en las páginas 26).

**Este trabajo nos permitió, en el 2019, alcanzar importantes avances en el encantamiento de nuestros clientes con récord de opiniones captadas, casi el doble del año anterior, y alto índice de clientes muy satisfechos e satisfechos: 97%.**

### ENCANTÓMETRO (%)



68% Muy satisfechos  
28,4% Satisfechos  
3,6% Insatisfechos



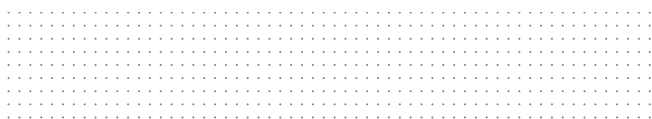
71,1% Muy satisfechos  
23,9% Satisfechos  
5,0% Insatisfechos



81,4% Muy satisfechos  
15,6% Satisfechos  
3,2% Insatisfechos

## Cercanía

Con la rápida evolución digital de la sociedad, una parte importante del encantamiento es estar 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

	Facebook	Instagram	Twitter	Pinterest*
<b>Renner</b>	9,8 millones	6 millones	106 mil	5,2 millones
<b>Camicado</b>	1,0 millón	1,7 millón	8,9 mil	1,6 millón
<b>Youcom</b>	1,1 millón	458 mil	3,6 mil	350 mil

\*Visualizadores mensuales.

## CANALES DE ATENCIÓN PERSONALIZADOS

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

### Renner

[www.lojasrenner.com.br/central-de-atendimento](http://www.lojasrenner.com.br/central-de-atendimento)

### Camicado

[www.camicado.com.br/atendimento/content/12](http://www.camicado.com.br/atendimento/content/12)

### Youcom

[www.youcom.com.br/autoatendimento](http://www.youcom.com.br/autoatendimento)

**Contamos con un equipo dedicado para responder las reclamaciones recibidas de los clientes a través del sitio *web* de Reclame Aquí.**

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

### Renner

[www.facebook.com.br/LojasRenner](http://www.facebook.com.br/LojasRenner)

[www.instagram.com/lojasrenner](http://www.instagram.com/lojasrenner)

### Camicado

[www.facebook.com.br/camicado](http://www.facebook.com.br/camicado)

[www.instagram.com/camicado](http://www.instagram.com/camicado)

### Youcom

[www.facebook.com.br/lojyoucom](http://www.facebook.com.br/lojyoucom)

[www.instagram.com/lojyoucom](http://www.instagram.com/lojyoucom)

En los casos de reclamaciones, dependiendo del tema a ser tratado, el cliente puede tener la solución inmediatamente después de la solicitud, sin embargo, asuntos más sensibles, que necesiten de apoyo del área Jurídica y del Marketing Corporativo, son compartidos internamente y pueden generar una investigación y análisis más detallada para llegar a la devolutiva y solución.

## Diversidad

Cada vez más hemos trabajado la cuestión de la representación de diferentes estereotipos y del aumento de la representatividad de minorías en las propagandas. Buscamos contemplar diferentes razas y edades en nuestras campañas, ensayos y vídeos. En el 2019, alcanzamos una representatividad del 15% de actores y modelos negros en las campañas de Camicado y Youcom y del 30% en las campañas de Renner.

En junio, mes del Orgullo LGBTQ+, nuestro equipo de Producto desarrolló una colección cápsula Pride para algunas tiendas y *e-commerce*, celebrando la diversidad.

Nuestras campañas de comunicación y *marketing* cumplen las 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).

## 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 (conozca más en la página 57) informándole al público sobre el proceso productivo de esas piezas, empoderando sus elecciones y estimulando hábitos de consumo y uso más sostenibles.

Para eso, creamos en el 2018 el sello Re Moda Responsable que simboliza nuestra forma de pensar y practicar la sostenibilidad e identifica nuestros productos, servicios e iniciativas dirigidas para el tema.

### COLECCIONES Y PRODUCTOS ESPECIALES

En el 2019, además de los productos lanzados a lo largo del año con el sello Re, tuvimos tres colecciones especiales concebidas en un trabajo colaborativo entre los equipos de producto, *marketing* y sostenibilidad para llevar nuevos conceptos a nuestros clientes:

#### Conceptos

- Uso de materias primas menos impactantes.
- Diseño de los productos idealizado para usar al máximo la materia prima disponible, reduciendo el descarte de residuos. Los retazos

generados en la etapa de corte fueron usados para hacer los accesorios de las colecciones.

- Piezas con formatos versátiles que pueden ser usadas en diferentes formatos, incluso frente y reverso, ampliando las posibilidades de uso de una misma pieza.
- Modelos de ropa sin género.

Fuimos patrocinador master del mayor encuentro de moda y sostenibilidad de América Latina, la 3ª edición de Brasil Eco Fashion Week (BEFW), gratuito y abierto al público con más de 70 charlas, *talks* y talleres prácticos, de los cuales dos con el patrocinio de Renner:

#### **Talk "Una vida sin basura"**

– con Cristal Muniz

#### **Workshop Belleza Responsable**

– con Cristal Muniz

El evento es una plataforma para impulsar marcas, profesionales, investigadores e iniciativas de moda comprometidas con las prácticas de responsabilidad socio-ambientales y culturales.

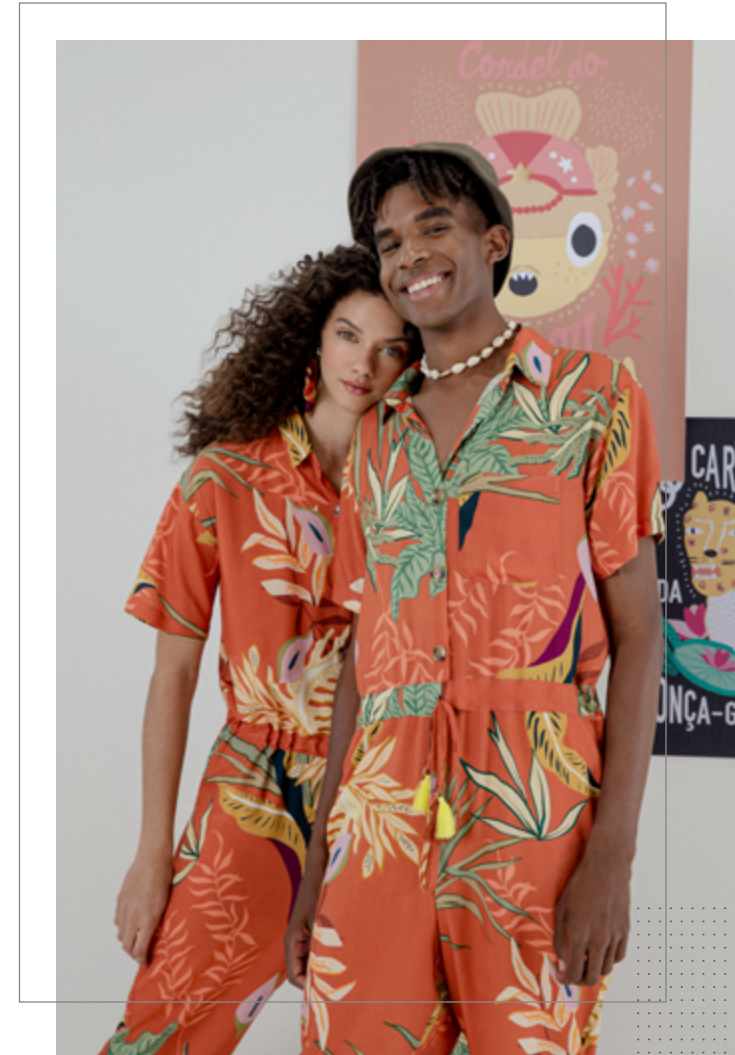
## Colecciones

**ReFlora:** piezas inspiradas en la flora brasileña amenazada de extinción con diferentes atributos de sostenibilidad, ya sea por el uso de materiales alternativos o por la adopción de procesos y tecnologías que disminuyen el impacto al medio ambiente. Las piezas traen también el nombre de la especie en extinción, y la fecha en que esto ocurrió, de acuerdo con el Ministerio del Medio Ambiente. Entre las materias primas utilizadas están el algodón BCI, la viscosa certificada, la poliamida biodegradable y el lyocell. Otro destaque es el hilo reciclado, resultante de Re Tela de Punto, dentro del concepto de cierre de ciclo de la economía circular. En una acción coordinada con el lanzamiento de la colección, el Instituto Tiendas Renner destinó recursos a la Asociación Zagaia Amazonía (conozca más en la página 84).

**ReFolklore:** línea inspirada en el folclore brasileño, la colección fue desarrollada a partir de principios de *design* circular, con la reutilización creativa de tejidos, a partir de la técnica de *upcycling*, y enfoque en el reaprovechamiento total de los residuos de las piezas, llegando lo más cerca posible de piezas cero residuo.

La colección también trajo piezas con múltiples formas de usar, ya que el mayor aprovechamiento de lo que se tiene disponible en el guardarropas también genera un consumo más consciente: el quimono que puede ser usado como blusa o ropa de playa, la falda se convierte en un vestido, el vestido puede ser desmembrado como falda y top, el top con estampas diferentes al frente y atrás, el top de lino reversible con diversas opciones de amarres y la falda en capas que se convierte en vestido amarrado en el cuello. Además de esto, la línea también trae piezas híbridas sin género.

**ReResort:** inspirada en las aguas, destacando la fluidez y la naturalidad de los mares y ríos brasileños, la colección fue desarrollada con materias primas como viscosa certificada, hilo reciclado y algodón BCI (Better Cotton Initiative). Las estampas en acuarela fueron dibujadas a mano y aplicadas digitalmente por medio de un proceso colaborativo con proveedores colaboradores de la marca con técnica que imprime la estampa directamente en las piezas y reduce la utilización de agua en los procesos y, consecuentemente, la huella hídrica de la producción.



## Moda Responsable en la comunicación

Los esfuerzos de los equipos de comunicación interna y externa se reflejaron en materias, publicaciones de redes sociales y informes en la newsletter corporativa, garantizando una amplia divulgación de la sostenibilidad en nuestros diversos canales.

Energía Solar (105 materias), Empoderando Refugiadas (39 materias) y Lanzamientos Sello Re (24 materias) están entre los principales temas que tuvieron interés de la prensa en el 2019. De las 7.161 publicaciones en que Renner fue mencionada, 366 fueron materias relacionadas a la Sostenibilidad.

El alcance orgánico de nuestras publicaciones en personas que siguen a Renner en las redes sociales y fueron impactadas por las publicaciones/*stories* de sostenibilidad en Facebook e Instagram fue de 5,2 millones. El alcance de redes (impacto en usuarios de las mismas redes que no necesariamente siguen nuestro perfil) fue de 48,5 millones y número de visitas en el sitio *web* (*e-commerce*) a través de las campañas de redes que hicieron *click* en divulgaciones de Re Moda Responsable fue de 49,5 mil.

Por CRM Corporativo e Inteligencia de Mercado, campañas como Todas Avancen Juntas impactaron a 1,4 millones de personas y Colecciones Re (como ReFlora + ReFolklore) juntas impactaron a 2,9 millones de personas.

En la comunicación interna, la publicación Planeta News, enviada por e-mail a los colaboradores, tuvo 73 notas sobre sostenibilidad (de un total de 316 notas). De estas, fueron 23 de acciones/novedades del Instituto Tiendas Renner, 10 con refuerzo de compromisos públicos, ocho sobre moda/colecciones/Sello Re y siete sobre premios y reconocimientos.



# Moda Responsable en el Estilo Renner

A partir del medio del año también intensificamos nuestra rutina de comunicación con nuestros clientes sobre sostenibilidad, con una media de cuatro publicaciones por mes en nuestro *blog* Estilo explicando los conceptos de sostenibilidad, mostrando su importancia y comprometiendo a todos sobre un consumo más sostenible.



Productos biodegradables para invertir



Jabón de la línea Alchemia tiene el toque de mujeres emprendedoras



Responsabilidad de punta a punta: conozca nuestras prácticas en la cadena de suministro

## Otras publicaciones para ver:

- Día del Consumo Consciente
- #TodasAvanzanJuntas
- 100 mil canchas de fútbol: este es el tamaño del área que Renner ayuda a conservar en la Amazonía
- Cómo encontrar productos Re en las tiendas
- Nuestro estilo es ser responsable
- Alchemia Bio: conozca nuestros productos biodegradables y sin pruebas en animales
- En Rio de Janeiro, cuatro tiendas de Renner son movidas por la energía solar
- De los bastidores al producto: conozca nuestras prácticas de sostenibilidad en tienda
- ¡Más (¡y más!) algodón responsable!
- Materias primas menos impactantes

- EcoEstilo: ¿ya conoce el servicio de logística reversa de Renner?
- Renner en Brasil Eco Fashion Week
- Agencia Compromiso: conozca el proyecto que selecciona maniqués de prueba en nuestra comunidad vecina, en Porto Alegre
- Una pieza, varios usos: ¡las novedades Re son alegres y muy versátiles!
- ¡Encuentre las *tags* que identifican su pieza de Moda Responsable!
- ¡Renner en el *ranking* Dow Jones de sostenibilidad!
- Cómo su rutina de belleza puede ser más consciente y responsable
- Pajillas reutilizables: nuestro estilo es ser responsable
- Productos biodegradables para invertir

# Índice GRI

GRI 102-55

CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (Pg.) / RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
<b>GRI 102: DISCLOSURES GENERALES</b>			
<b>Perfil organizacional</b>			
<b>102-1</b>	Nombre de la organización	Pg. 10	
<b>102-2</b>	Principales actividades, marcas, productos y/o servicios	Pg. 10	
<b>102-3</b>	Localización de la sede	Pg. 10	
<b>102-4</b>	Número de países en que la organización opera	Pg. 10	
<b>102-5</b>	Tipo y naturaleza jurídica de la propiedad	Sociedad Anónima S.A. con capital abierto.	
<b>102-6</b>	Mercados atendidos	Pg. 10	
<b>102-7</b>	Tamaño de la organización	Pgs. 7, 10, 18 y 71	
<b>102-8</b>	Perfil de empleados y otros colaboradores	Pg. 71. Los datos reportados incluyen todos los colaboradores, activos y alejados, hasta al 31/12/2019.	
<b>102-9</b>	Descripción de la cadena de proveedores de la Compañía	Pg. 32	<b>8</b>
<b>102-10</b>	Principales cambios en la estructura de la Compañía y en la cadena de proveedores durante el período cubierto	Nueva oficina en Dhaka (Bangladesh) e inicio de la operación en Argentina con tiendas de Renner.	
<b>102-11</b>	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, conforme es presentado en el capítulo Riesgos socio-ambientales, en la página 16.	
<b>102-12</b>	Cartas, principios u otras iniciativas desarrolladas externamente de carácter económico, ambiental y social, que la organización suscribe o endosa	Pgs. 5, 31 y 33	
<b>102-13</b>	Principales participaciones en asociaciones y/o organismos nacionales/ internacionales de defensa	Pg. 31	
<b>Estrategia</b>			
<b>102-14</b>	Declaración del detentor del cargo con mayor poder de decisión sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización	Pg. 5	
<b>102-15</b>	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades	Pg. 16	
<b>Ética e integridad</b>			
<b>102-16</b>	Valores, principios, estándares y normas de comportamiento de la organización, como códigos de conducta y de ética	Pg 67. La Visión, Valores y Código de Conducta están disponibles en portugués, inglés y español para alcanzar todos los miembros del órgano de gobierno, colaboradores, aliados comerciales y otras partes interesadas.	<b>16</b>
<b>Gobierno</b>			
<b>102-18</b>	Estructura de gobierno, incluyendo comités	Pg. 13	
<b>102-28</b>	Procesos de evaluación del desempeño del más alto órgano de gobierno en lo que se refiere al gobierno de tópicos económicos, ambientales y sociales	Pg. 14	

CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (Pg.) / RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
<b>Comprometimiento de stakeholder</b>			
102-40	Lista de <i>stakeholders</i> comprometidos por la organización	Colaboradores, Proveedores Administrativos, Proveedores de Reventa y sus subcontratados, clientes, aliados comerciales del Instituto Tiendas Renner, proveedores de materia prima, inversionistas, órganos sectoriales, consultorías, influenciadores	
102-41	Porcentual de empleados cubiertos por negociación colectiva	100%	8
102-42	Base usada para la identificación y selección de <i>stakeholders</i> para comprometimiento	En el 2019, realizamos un mapeo de la cadena de valor y análisis de priorización de <i>stakeholders</i> , con base en la teoría de <i>stakeholders</i> de Edward Freeman y en la metodología poder x interés de Ann Qualman. Los <i>stakeholders</i> prioritarios fueron involucrados en la investigación de materialidad presencial y <i>online</i> y serán continuamente comprometidos en el programa de comunicación y comprometimiento para la sostenibilidad. La lista de <i>stakeholders</i> prioritarios está presentada en el indicador 102-40	
102-43	Enfoque adoptado por la Compañía para comprometer <i>stakeholders</i> y frecuencia del comprometimiento	En el 2019, realizamos un nuevo proceso de materialidad, vislumbrando un horizonte de cinco años, que incluyó una encuesta <i>online</i> y un <i>workshop</i> presencial con los <i>stakeholders</i> prioritarios para la definición de los principales impactos y externalidades de la Compañía, los públicos involucrados y las prioridades de gestión para los próximos años.	
102-44	Principales tópicos levantados durante el comprometimiento de <i>stakeholders</i> y medidas adoptadas por la Compañía para abordarlos	1. Proveedores responsables: Cadena de proveedores responsable - Pg. 32 2. Comprometer a clientes, colaboradores y comunidades: Cuidado y desarrollo - Pg. 75 - apoyo al desarrollo Diversidad e igualdad - Pg. 74 Privacidad y seguridad - Pg. 70 Fomento al progreso - Pg. 81 Comprometimiento de colaboradores - Pg. 79 Transformación digital - Pg. 24 Encantamiento - Pg. 85 3. Gestión ecoeficiente y productos y servicios sostenibles Ecoeficiencia - Pg. 61 Estímulo a la investigación e innovación - Pg. 65 Comprometimiento de clientes (Sello Re) - Pg. 87	
<b>Prácticas de reporte</b>			
102-45	Lista de entidades incluidas en los estados contables	Tiendas Renner (Renner), Maxmix Comercial Ltda. (Camicado), Fashion Business Comercio de Ropas Ltda. (Youcom), Renner Administradora de Tarjetas de Crédito Ltda. (RACC), Dromegon Participaciones Ltda. (Dromegon) - que posee la propiedad de algunos de los inmuebles utilizados en nuestras operaciones comerciales - Tiendas 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, Financiamiento e Inversión S.A. (Realize). Todas las empresas de nuestra estructura incluidas en las DFs 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, también, en la presentación del perfil, estrategia y gobierno de la Compañía, en línea con la metodología del Relato Integrado.	

CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (Pg.) / RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
102-47	Lista de aspectos materiales identificados en el proceso de definición del contenido	<p>1. Proveedores Responsables: Cadena de proveedores responsable (dentro y fuera) - Pg. 32</p> <p>2. Comprometer clientes, colaboradores y comunidades: Cuidado y desarrollo (dentro) - Pg. 75 - apoyo al desarrollo Diversidad e igualdad (dentro y fuera) - Pg. 74 Privacidad y seguridad (dentro y fuera) - Pg. 70 Fomento al progreso (fuera) - Pg. 81 Comprometimiento de colaboradores (dentro) - Pg. 79 Transformación digital (dentro y fuera) - Pg. 24 Encantamiento (dentro y fuera) - Pg. 85</p> <p>3. Gestión ecoeficiente y productos y servicios sostenibles Ecoeficiencia (dentro y fuera) - Pg. 61 Estímulo a la investigación e innovación (dentro y fuera) - Pg. 65 Comprometimiento de clientes (Sello Re) (dentro y fuera) - Pg. 87</p>	
102-48	Explicación de las consecuencias de cualesquiera reformulaciones de informaciones suministradas en informes anteriores	Modificamos la métrica de cálculo de intensidad de emisiones (incluyendo información histórica desde el 2016 presentada aquí) de m <sup>2</sup> de área de ventas para m <sup>2</sup> de área construida para tener una información más abarcadora que incluye también los Centros de Distribución y oficinas administrativas	
102-49	Cambios significativos en comparación con años anteriores en lo que se refiere a alcance, límite de los aspectos abordados		
102-50	Período cubierto por el informe	2019	
102-51	Fecha del informe anterior más reciente	2018	
102-52	Ciclo de emisión de los informes	Anual	
102-53	Datos para contacto sobre dudas en relación con el informe	Pg. 2	
102-54	Premisas de relato de acuerdo con los <i>Standards</i> GRI	Este Informe fue preparado de acuerdo con el GRI <i>Standards</i> : opción Esencial	
102-55	Sumario de Contenido GRI	Pg. 91	
102-56	Verificación externa	Pg. 100	
<b>GRI 103: ENFOQUE DE GESTIÓN</b>			
103-1	Explicación de los temas materiales y sus límites	<p>1. Proveedores responsables: relevante por considerar la gran extensión de la cadena de proveedores de la Compañía, como gran minorista. El impacto ocurre dentro de la Compañía y fuera, en los proveedores y sociedad, y el papel de la Compañía es mitigar riesgos y proporcionar desarrollo en la cadena, especialmente de reventa.</p> <p>2. Comprometer 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 ocurre en la Compañía, en la sociedad, en los clientes y en las comunidades y minorías apoyadas por los proyectos del Instituto Tiendas Renner.</p> <p>3. Ecoeficiencia y 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 ocurre dentro de la Compañía y fuera, en los proveedores, clientes y sociedad, y el papel de la Compañía es mitigar riesgos y proporcionar desarrollo en la cadena de reventa.</p>	
103-2	Gestión sobre el tema material	Pgs. 32, 46, 57 y 66	
103-3	Evolución de la gestión	Pgs. 32, 46, 57 y 66	

CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (Pg.) / RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
<b>GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>			
201-1	Valor económico generado y distribuido	Pgs. 7 y 18	2
<b>GRI 202: PRÁCTICAS DE COMPRAS</b>			
202-1	Proporción del salario más bajo, clasificado por género, comparado al salario mínimo local	El salario más bajo para todos los géneros equivale al salario mínimo.	12
<b>GRI 204: PRÁCTICAS DE COMPRAS</b>			
204-1	Proporción de gastos con proveedores locales en unidades operativas importantes	Pg. 32. Consideramos locales los proveedores brasileños.	12
<b>GRI 205: ANTICORRUPCIÓN</b>			
205-2	Comunicación y entrenamiento en políticas y procedimientos de combate a la corrupción	Pg. 68	
205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas tomadas	Pg. 68	
<b>GRI 301: MATERIALES</b>			
301-1	Peso de los materiales usados	Las cinco principales materias primas usadas en los productos en el 2019 fueron Algodón (14,4 t.), Poliéster (6,0 t.), Viscosa (5,6 t.), Sintético (2,0 t.) y Poliamida (1,7 t.).	
301-2	Materiales usados provenientes del reciclado	Pg. 60	
<b>GRI 302: ENERGÍA</b>			
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Pg. 51	7,8, 12 e 13
302-3	Intensidad energética	Pg. 51	7,8, 12 e 13
302-4	Reducción del consumo de energía	Pg. 51	7,8, 12 e 13
302-5	Reducciones en los requisitos de energía relacionados a productos y servicios	Pg. 51	7,8, 12 e 13
<b>GRI 305: EMISIONES</b>			
305-1	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI) (Alcance 1)	Pg. 53	3, 12 e 13
305-2	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) provenientes de la adquisición de energía (Alcance 2)	Pg. 53	3, 12 e 13
305-3	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) (Alcance 3)	Pgs. 49 y 53	3, 12 e 13
305-4	Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Pg. 53	13
305-5	Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Pg. 53	13
<b>GRI 306: EFLUENTES Y RESIDUOS</b>			
306-2	Peso total de residuos, clasificado por tipo y método de disposición	Pg. 56	3 e 12
<b>GRI 308: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES</b>			
308-1	Porcentaje de nuevos proveedores seleccionados con base en criterios ambientales	Pgs. 33, 34 y 35	
308-2	Impactos ambientales negativos significativos reales y potenciales en la cadena de proveedores y medidas tomadas al respecto	Pgs. 16, 33, 34 y 35	
<b>GRI 401: NUEVAS CONTRATACIONES Y TURNOVER</b>			
401-3	Tasas de retorno al trabajo y retención después de licencia de maternidad/paternidad, clasificadas por género	Pg. 71	

CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (Pg.) / RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
<b>GRI 404: ENTRENAMIENTO Y EDUCACIÓN</b>			
404-1	Media de horas de entrenamiento por año, por empleado, clasificado por género y categoría funcional	Pg. 75	
404-3	Porcentual de empleados que reciben regularmente análisis de desempeño y de desarrollo de carrera, clasificado por género y categoría funcional	Pg. 75	4, 5 e 8
<b>GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD</b>			
405-1	Composición de los grupos responsables del gobierno corporativo y clasificación de empleados por categoría, de acuerdo con género, edad, minorías y otros indicadores de diversidad	Pg. 71	
405-2	Razón matemática del salario y remuneración entre mujeres y hombres, clasificada por categoría funcional y unidades operativas relevantes	Pg. 71	
<b>GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN</b>			
406-1	Número total de casos de discriminación y las medidas tomadas	Nuestros sistemas de control no tienen determinación segmentada de casos de discriminación.	8
<b>GRI 407: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA</b>			
407-1	Operaciones identificadas en que el derecho de ejercer la libertad de asociación y la negociación colectiva puede estar corriendo riesgo significativo y las medidas tomadas para apoyar este derecho	Fueron identificados riesgos en tres proveedores indirectos internacionales, lo que representa 0,27% del total de proveedores.	8 e 16
<b>GRI 408: TRABAJO INFANTIL</b>			
408-1	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ocurrencia de trabajo infantil y las medidas tomadas para contribuir para la abolición del trabajo infantil	Fueron identificados riesgos en un proveedor indirecto internacional, lo que representa 0,09% del total de proveedores.	8 e 16
<b>GRI 409: TRABAJO FORZADO O ANÁLOGO AL ESCLAVO</b>			
409-1	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ocurrencia de trabajo forzado o análogo al esclavo y las medidas tomadas para contribuir para la erradicación del trabajo forzado o análogo al esclavo	Fueron identificados riesgos en tres proveedores indirectos internacionales, lo que representa 0,27% del total de proveedores.	5, 8 e 16
<b>GRI 412: EVALUACIÓN EN DERECHOS HUMANOS</b>			
412-2	Total de horas de entrenamiento para empleados en políticas y procedimientos relativos a aspectos de derechos humanos relevantes para las operaciones, incluyendo el porcentual de empleados que recibió entrenamiento	Pg. 67. 100% de colaboradores entrenados.	
<b>GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES</b>			
414-1	Porcentual de nuevos proveedores seleccionados con base en criterios relativos a derechos humanos	Pgs. 16, 33, 34 y 35	
414-2	Impactos negativos significativos reales y potenciales en derechos humanos en la cadena de proveedores y medidas tomadas al respecto	Pgs. 16, 33, 34 y 35	8, 12 e 16
<b>GRI 415: POLÍTICAS PÚBLICAS</b>			
415-1	Valor total de contribuciones financieras para partidos políticos, clasificadas por país y destinatario/beneficiario	No fueron hechas contribuciones políticas en dinero y especie, directa o indirectamente, por la Compañía.	16

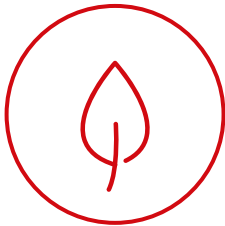
CONTENIDO GENERAL		REFERENCIA (Pg.) / RESPUESTA DIRECTA	RELACIÓN CON LOS ODS
<b>SUPLEMENTO SECTORIAL</b>			
<b>Código de conducta</b>			
<b>AF1</b>	Contenido y cobertura del Código de Conducta.	Pg. 33	<b>16</b>
<b>Proceso de auditoría</b>			
<b>AF2</b>	Partes y personal involucrado en el código de conducir función de <i>compliance</i> .	Pg. 35	<b>12 e 16</b>
<b>AF3</b>	Proceso de auditoría de conformidad.	Pg. 35	<b>12 e 16</b>
<b>Procedimientos de reclamación</b>			
<b>AF4</b>	Política y procedimientos para recibir, investigar y responder a las quejas y reclamaciones.	Pg. 35	<b>12 e 16</b>
<b>Capacitación</b>			
<b>AF5</b>	Estrategia y ámbito de esfuerzos para fortalecer la capacidad de gestión, de colaboradores y otras partes en la mejoría del desempeño en las cuestiones sociales y ambientales.	Pg. 35	<b>8, 12 e 16</b>
<b>Integración del negocio</b>			
<b>AF6</b>	Políticas para la selección de proveedores, gestión y rescisión.	Pg. 33	<b>8, 12 e 16</b>
<b>Código de conducta</b>			
<b>AF7</b>	Cantidad y local de los puestos de trabajo cubiertos por el Código de Conducta.	El 100% de los puestos de trabajo propios y de nuestros proveedores directos son cubiertos por los Códigos de Conducta para Proveedores y por el Código de Conducta para Colaboradores.	
<b>Proceso de auditoría</b>			
<b>AF8</b>	Número de auditorías realizadas y porcentaje de los locales de trabajo auditados.	Pg. 35	<b>12</b>
<b>Constataciones de no-conformidad</b>			
<b>AF9</b>	Casos de incumplimiento de los requisitos legales o acuerdo colectivos de trabajo sobre salarios	58 casos en los proveedores directos ( <i>tier 1</i> ) y 168 casos en sus contratados ( <i>tier 2</i> ) nacionales, todos con planes de acción establecidos para regularización.	<b>12</b>
<b>AF10</b>	Casos de incumplimiento con las normas relacionadas a horas extras	18 casos en los proveedores directos ( <i>tier 1</i> ), 35 casos en sus contratados ( <i>tier 2</i> ) nacionales y 54 casos en proveedores tier 2 internacionales, todos con planes de acción establecidos para regularización.	<b>12</b>
<b>AF12</b>	Incidentes del uso de trabajo infantil	1 caso de no conformidad identificado entre los proveedores <i>tier 2</i> internacionales, con planes de acción establecidos para regularización.	<b>12</b>
<b>AF13</b>	Casos de no conformidad con las normas en materia de discriminación de género	3 casos en los proveedores directos ( <i>tier 1</i> ) y 2 casos en sus contratados ( <i>tier 2</i> ) nacionales, todos con planes de acción establecidos para regularización.	<b>12</b>
<b>AF14</b>	Casos de no conformidad con el Código de Conducta.	Pgs. 34, 35	<b>12</b>
<b>Integración del negocio</b>			
<b>AF15</b>	Análisis de datos de auditorías de conformidad de Código.	Pg. 35	<b>12</b>
<b>AF16</b>	Prácticas de remediación en respuesta a las constataciones de no conformidad.	Pg. 35	<b>12</b>
<b>AF17</b>	Las acciones para identificar y mitigar negocios prácticas que afectan el cumplimiento del Código.	Pgs. 34 y 35	<b>12</b>

# Índice SASB

## Índice SASB

CÓDIGO	MÉTRICA	PÁGINA
<b>Gestión de químicos en los productos</b>		
CN0501-01	Procesos para mantener el <i>compliance</i> con reglamentación de sustancias restringidas	Pg. 41
CN0501-02	Proceso para evaluar y gestionar los riesgos asociados con productos químicos en los productos	Pg. 41
<b>Materias primas e Innovación</b>		
CN0501-03	Cinco principales materias primas usadas en los productos por peso	Las cinco principales materias primas usadas en los productos en 2019 fueron Algodón (14,4 t.), Poliéster (6,0 t.), Viscosa (5,6 t., Sintético (2,0 t.) y Poliamida (1,7 t.)
CN0501-04	Porcentual de materias primas certificadas por tercera parte con relación a estándares socio-ambientales, segmentada por estándar	Pg. 59
<b>Condiciones laborales en la cadena de proveedores</b>		
CN0501-05	Porcentual de proveedores <i>tier 1</i> y <i>tier 2</i> auditados con relación a un código de conducta laboral y porcentual conducido por tercera parte	Pg. 35
CN0501-06	Aspecto con mayor tasa de no conformidad y plan de acción correctivo asociado	El aspecto con mayor no conformidad entre los ítems obligatorios en las auditorías de Proveedores de Reventa fue la no conformidad en la documentación referente al Certificado Negativo de Débitos junto a la Recaudación Federal y al FGTS. En los casos en que esta no conformidad es identificada, le solicitamos al proveedor la regularización junto a los órganos competentes y la presentación de las evidencia actualizadas.
CN0501-07	Mayor riesgo laboral y de salud, seguridad y medio ambiente en la cadena de proveedores	Pg. 16
<b>Impactos ambientales en la cadena de proveedores</b>		
CN0501-08	Porcentual de proveedores <i>tier 1</i> y <i>tier 2</i> con efluentes en el límite o por encima del límite legal	Entre los proveedores nacionales, donde el ítem es monitoreado en las auditorías tenemos 0,9% de los proveedores directos y 0,12% de sus contratados con efluentes en no conformidad.
CN0501-09	Porcentual de proveedores <i>tier 1</i> y <i>tier 2</i> que completaron la evaluación Higg Index Facility Module o algún proceso equivalente de recogida de datos.	La aplicación de la evaluación Higg Index aún no es exigencia en la cadena de proveedores, pero estamos avanzando en las exigencias de ecoeficiencia. Conozca más en la página 42.

# Mapa de Capitales



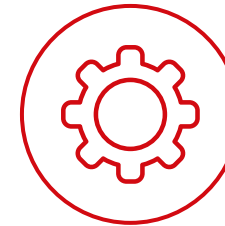
## Natural

Pg. 6, 16, 46, 57



## Financiero

Pg. 6



## Manufacturado

Pg. 6, 32



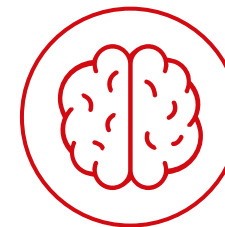
## Humano

Pg. 6



## Social y de Relación

Pg. 6, 16, 32, 66, 67, 68



## Intelectual

Pg. 6, 12, 24, 69

# Mapa de ODS prioritarios



**Alcanzar la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas**

- Garantizar la equidad en las condiciones de empleo, capacitación y beneficios para mujeres
- Empoderamiento de la mujer en la cadena textil
- Apoyar a las mujeres a través de proyectos e iniciativas de desarrollo social

Colaboradores, Pg. 71  
 Apoyo al desarrollo, Pg. 75  
 Apoyo a las comunidades periféricas, Pg. 81



**Promover el crecimiento económico sustentado, inclusivo y sostenible, empleo pleno y productivo y trabajo decente para todas y todos**

- Crear oportunidad de trabajo dentro de la nuestra operación e, indirectamente, en nuestros proveedores
- Fomentar la defensa de los derechos humanos en nuestras operaciones y cadena de suministros
- Promover el desarrollo y crecimiento económico a través del apoyo social

Proveedores responsables, Pg. 32  
 Apoyo al desarrollo, Pg. 75  
 Apoyo a las comunidades periféricas, Pg. 81



**Reducir la desigualdad dentro de los países y entre ellos**

- Crear oportunidad de trabajo dentro de nuestra operación e, indirectamente, en nuestros proveedores
- Fomentar la defensa de los derechos humanos en nuestras operaciones y cadena de suministros
- Promover el desarrollo y crecimiento económico a través del apoyo social

Proveedores responsables, Pg. 32  
 Apoyo a las comunidades periféricas, Pg. 81



**Asegurar estándares de producción y de consumo sostenibles**

- Gestionar los impactos socio-ambientales involucrados en el ciclo de vida de nuestros productos
- Actuar junto a los proveedores para monitorear, controlar y fomentar procesos productivos responsables
- Promover la sensibilización de nuestros clientes para un consumo sostenible

Gestión de los riesgos, Pg. 15  
 Proveedores responsables, Pg. 32  
 Tiendas ecoeficientes, Pg. 47  
 Combate a los cambios climáticos, Pg. 49  
 Apoyo a las comunidades periféricas, Pg. 81  
 Clientes, Pg. 85



**Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus impactos**

- Asegurar estrategia de reducción de emisiones y mitigación de los cambios climáticos
- Ser, en cuatro años, una empresa con neutralidad de carbono
- Reducir consumo de combustibles

Tiendas ecoeficientes, Pg. 47  
 Combate a los cambios climáticos, Pg. 49



**Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la colaboración global para el desarrollo sostenible**

- Participación activa en organizaciones para el desarrollo del sector y para la promoción de la sostenibilidad

Compromiso estratégico con la Moda Responsable, Pg. 28

**Leyenda:**

ODS	Meta del ODS
•	Actuación Tiendas Renner

Relación con contenido/páginas.

# Dictamen de la auditoría

GRI 102-56



KPMG Assurance Services Ltda.  
Rua Arquiteto Olavo Redig de Campos, 105, 6º andar - Torre A  
04711-904 - São Paulo/SP - Brasil  
Caixa Postal 79516 - CEP 04707-970 - São Paulo/SP - Brasil  
Telefone +55 (11) 3940-1500  
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 2019 de Lojas Renner, relativas al año terminado en el 31 de diciembre del 2019.

### 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 2019 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 2019, 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 2019, 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 2019, 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 2019, 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 2019 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 2019 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 2019 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 2019 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 (102-1;102-2;102-3;102-4;102-5;102-6;102-7;102-8; 102-8;102-9;102-12;102-13;102-18;102-40;102-42; 102-43;102-44;102-45;102-46;102-47;102-54;102-55;102-56;103-1; 204-1; 205-2; 301-2; 302-1; 308-2; 308-2; 405-1; 406-1; 408-1; 409-1; AF6; AF8; AF14; AF16):
  - 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 2019;
  - análisis de la evidencia que sostiene la información divulgada;
- 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;

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 2019.

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 2019 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, 17 de abril, 2020

KPMG Assurance Services Ltda.  
CRC 2SP-023228/O-4



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

# Créditos

## **Sede**

Tiendas Renner S.A.  
Avenida Joaquim Porto Villanova, 401  
CP: 91410-400 – Jardim do Salso  
Porto Alegre (RS) – Brasil  
Tel.: +55 (51) 3272.2450  
[www.lojasrenner.com.br](http://www.lojasrenner.com.br)

## **Coordinación**

Dirección de Recursos Humanos – Gerencia de Sostenibilidad y Comunicación Interna  
Dirección Administrativa, Financiera y de RI – Gerencia de Relaciones con Inversionistas

## **Proyecto editorial: redacción, traducción, consultoría GRI y Relato Integrado**

RICCA Sostenibilidad  
[www.riccari.com.br](http://www.riccari.com.br)

## **Proyecto gráfico: layout, diagramación e ilustraciones**

RICCA Sostenibilidad  
[www.riccari.com.br](http://www.riccari.com.br)

# LOJAS RENNER S.A.

---

 RENNER  Cimicido  youcom  realize