

INFORME

A N U A L • 2 0 2 1

COMPROMISO
EN TRANSFORMAR

LOJAS RENNER S.A.



CMICADO youcom realize repassa

índice

introducción 01

SOBRE EL INFORME 03

MENSAJE DE LA PRESIDENCIA 04

Lojas Renner S.A. 02

NUESTROS NEGOCIOS 08

generación de valor 03

MODA RESPONSABLE 16

DESEMPEÑO 20

gobernanza 04

BUENAS PRÁCTICAS 26

ADMINISTRACIÓN 28

GESTIÓN DE RIESGOS 34

DERECHOS HUMANOS 36

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN 42

social 05

COLABORADORES 45

PROVEEDORES 49

COMUNIDADES 56

CLIENTES 60

ambiental 06

COMBATE A LOS CAMBIOS CLIMÁTICOS 64

GESTIÓN DE ENERGÍA 68

TRANSICIÓN PARA ECONOMÍA CIRCULAR 69

PRODUCTOS Y SERVICIOS SOSTENIBLES 75

herramientas de lectura 07

ÍNDICE GRI 80

ÍNDICE SASB 85

ÍNDICE TCFD 86

RESUMEN DE INDICADORES ESG 87

MAPA DE CAPITALS 94

DICTAMEN DE LA AUDITORÍA 96

CRÉDITOS 98

sobre el informe

3

Tenemos compromiso con la transparencia sobre el modo como construimos el negocio, reforzando nuestro propósito de ser un ecosistema de moda y *lifestyle* responsable y sostenible.

Esta publicación tiene como objetivo mostrarles a nuestros *stakeholders* cómo cuidamos de los recursos esenciales para el desarrollo de la Compañía y buscamos tomar decisiones que contribuyan para la sostenibilidad.

Además de la rendición de cuentas, adoptamos las mejores prácticas de gestión y comunicación de la sostenibilidad, para orientar la historia que presentamos aquí, y siempre estamos conectados a la evolución continua de nuestras prácticas.

¡BUENA LECTURA!

Mejores prácticas globales de transparencia y gestión de la sostenibilidad adoptadas en esta publicación:



GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

12° AÑO CONSECUTIVO

Acceda al Índice GRI para conocer los indicadores y las páginas donde ellos son reportados.



AUDITORIA INDEPENDIENTE DOS INDICADORES

8° AÑO CONSECUTIVO

Acceda al dictamen de la Auditoría que certifica la solidez de las informaciones reportadas.



RELATO INTEGRADO (IR)

7° AÑO CONSECUTIVO

Acceda al mapa de capitales para conocer las páginas donde es abordado cada capital en este informe.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

7° AÑO CONSECUTIVO

Acceda al mapa que presenta nuestros principales proyectos que apoyan el alcance de los ODS y las páginas donde son abordados.



SASB (SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD)

3° AÑO CONSECUTIVO

Acceda al Índice SASB para conocer los indicadores y las páginas donde son reportados.



TCFD (TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES)

2° AÑO DE REPORTE

Acceda al Índice TCFD para conocer los indicadores y las páginas donde son reportados.

mensaje de la presidencia

GRI 2-22

El año 2021 fue marcado por muchas transformaciones, con inversiones relevantes en nuestra estrategia para el desarrollo del ecosistema de moda y *lifestyle*. Desde el punto de vista externo, vivenciamos aún muchas incertidumbres y volatilidad, no solamente por la continuidad de la pandemia de Covid-19, y sus efectos en la salud y restricciones de movilidad, sino también por las consecuencias económicas causadas por ella.

Iniciamos el 2021 con un aumento significativo en el número de casos de Covid-19, llevando a la intensificación de los protocolos de distanciamiento social y, consecuentemente, a nuevas restricciones de operación. Nuevamente, actuamos de forma ágil y comprometida con colaboradores, clientes y proveedores, priorizando el bienestar de nuestros públicos. Desde mediados de abril, con la reanudación gradual de la movilidad, y la recuperación de la carga horaria de nuestras tiendas, observamos una importante consistencia en el desempeño de ventas a lo largo de los meses siguientes, con media de +20%

de crecimiento con relación al 2019.

De esta forma, incluso con carga horaria media reducida, del 85%, los Ingresos Netos Minoristas presentó una evolución relevante, no solamente con relación al 2020, del 43,5%, sino también versus el 2019, del 12,8%. Y todo esto con récord histórico de encantamiento: 99,1% de los clientes muy satisfechos o satisfechos, lo que nos señala que estamos en el camino correcto para ofrecerles una propuesta de valor cada vez más completa a nuestros clientes.

Sin embargo, más importante que el escenario de corto plazo, la Compañía está comprometida con su futuro y siguió avanzando en la construcción de su ecosistema, para una oferta de productos y servicios más completa a los consumidores. Esta jornada fue iniciada en septiembre del 2019, cuando el Consejo de Administración y la Dirección decidieron juntos las prioridades estratégicas para los próximos años y, con eso, fue definida la estructura del ecosistema.

En aquel momento, renovamos nues-

tra propuesta de valor, para cumplir el nuevo modelo de negocio y, desde entonces, hemos trabajado en las evoluciones necesarias en nuestras prácticas, trayendo nuevas experiencias y estructurando nuestros equipos. Y el 2021 fue el año en que aceleramos aún más e invertimos intensamente en la ejecución de este plan, potencializando nuestra plataforma actual, para ser el ecosistema especializado líder en moda y *lifestyle* y referencia en América Latina.

Los hábitos de los consumidores han cambiado de forma cada vez más acelerada y, para satisfacer estas demandas, fue necesario actuar rápidamente en una oferta más amplia en todas las etapas de la jornada del consumidor. De esta forma, los principales frentes de inversión están relacionados a la ampliación de surtido de productos, categorías y servicios, así como en la generación de contenido propio y medios, para mayor compromiso, frecuencia y stickiness. De la misma forma, la continua inversión en la jornada omni, con mayor amplitud de canales y plataformas integradas, trajo

mayor flexibilidad y potencialización de las ventas. Adicionalmente, estamos aumentando la base de clientes de Realize CFI y ampliando la oferta de soluciones financieras que satisfagan las necesidades de todos los entes de nuestro ecosistema. Y, para que todo esto ocurra, estamos evolucionando en algunos habilitadores importantes: logística, tecnología, conocimiento del cliente y datos. Todas estas iniciativas tienen el objetivo de apalancar el encantamiento, ganar eficiencia y productividad, reducir el CAC (costo de adquisición de clientes), así como aumentar el lifetime value.

Fue con estos planes en mente que, al inicio de mayo, nos capitalizamos, a través de una oferta de acciones, equivalente a cerca de R\$ 3,9 mil millones. Estos recursos nos trajeron flexibilidad y disposición necesarias para darle continuidad a la construcción del ecosistema, independientemente de cualquier escenario externo que se configure. A lo largo del año, se invirtió alrededor de R\$ 1,3 mil millones en gastos y capex, que abarcan la construc-

ción de nuestro nuevo CD omni en SP, de 163 mil m², actualmente en etapa de montaje de equipos y automatización, que atenderá a todos nuestros negocios y será fundamental para una mejora significativa en el nivel de servicios, así como la expansión de tiendas, con 32 nuevas unidades, que apalancan la operación *online* en las nuevas localidades. Igualmente, abarcan los mayores gastos relativos a la digitalización del negocio y la creación de equipos y refuerzo de estructuras para hacer frente a las diversas iniciativas del ecosistema. Además, incluye la adquisición de Repassa, nuestro negocio administrado de reventa de moda, en línea con la oferta de servicios adyacentes al *core* y nuestra estrategia de sostenibilidad. Y este ciclo de inversiones más intenso ya ha presentado importantes avances en los pilares del ecosistema.

En el canal digital, alcanzamos récords, no obstante, la base de comparación robusta, la normalización de la operación *offline*, así como los efectos del ataque cibernético sufrido en agosto, que llevó a la inestabilidad de sistemas y a la indisponibilidad de nuestras operaciones digitales por algunos días. El GMV del año alcanzó R\$ 1,6 mil millones, 49,9% superior al 2020 (242,8% versus 2019), y con aún más representatividad en el negocio, del 13,5%. En este período, Renner fue la marca más buscada entre los players de moda nacionales, así como se mantuvo líder absoluta en

Monthly Active Users (MAL) en la misma comparación. También fueron hechos avances en las otras modalidades de ventas digitales, tales como venta por afiliados y Whatsapp, que llegaron a alcanzar cerca del 20% de lo *online*. Como consecuencia de nuestras iniciativas, reforzamos nuestra presencia como marca digital, siendo Top of Mind - Recuerdo de Marca en Minorista de Moda durante todos los trimestres del año y fuimos la marca de Moda más recordada en el Black Friday para compra de moda y accesorios.

En la jornada omni, suministramos el inventario de las tiendas físicas para compras *online*, lo que aumentó de forma significativa el surtido, y pasamos a enfocar esfuerzos en la mejora de nivel de servicio, ecuacionada con más productividad en el *last mile*. En este frente, tuvimos una evolución significativa en Renner, con el 45% de las entregas realizadas en menos de D+2, mientras, en Youcom, este indicador ya alcanzó el nivel del 70%. En las tiendas, avanzamos aún más en la digitalización de la jornada del cliente, con la implementación del RFID en los puntos de ventas, trayendo más agilidad en los procesos y en la atención. También aumentamos la relevancia de las modalidades alternativas de checkout, realizadas por dispositivos móviles de los colaboradores, tótems de autoservicio o por el *smartphone* del cliente, que llegaron a representar, en algunas unidades, más del

45% de las ventas. Como resultado de una experiencia más flexible y completa con nosotros, la participación de clientes omni se duplicó con relación al 2019, apalancando el potencial de nuestro ecosistema, una vez que estos clientes presentan frecuencia y gasto promedio muy superiores a aquellos que compran en solamente uno de los canales.

En lo que se refiere a la oferta de productos, los marketplaces de Camicado y de Renner siguieron ampliando categorías y variedades del año, contando actualmente con 210 y 190 sellers, respectivamente. En Renner, el surtido de lo digital se duplicó a través de la oferta de asociados y, con la entrada de Camicado y Youcom en la plataforma, que están entre los top 5 sellers, quedó aún más evidente la sinergia entre los negocios.

Con respecto a los temas relación y conocimiento del cliente, también evolucionamos. En contenido & branding, nos enfocamos en awareness y apalancamiento de flujo, con evoluciones en las iniciativas dirigidas a la mejora de recurrencia, comprometimiento y rentabilización de clientes. Entre ellas, se destacan la realización de lives semanales, así como la intensificación de la colaboración con *influencers*, lo que aumentó significativamente el alcance potencial. Además, fuimos la primera marca de América Latina en hacer una live 3D, así como la primera de moda en Brasil con una live de productos en TikTok. Ya en CRM, aumentamos la retención y vimos nuestra base de clientes activos evolucionar secuencialmente a lo largo del año, con 3,5 millones más que en el 2020, sumando 17,7 millones en diciembre. Adicionalmente, ya percibimos sinergias relevantes entre los negocios, con clientes que compran en más de una marca presentando spending hasta 7 veces superior a aquellos que consumen en solamente una de ellas.

En la oferta de soluciones financieras, Realize evolucionó fuertemente en la ocupación más amplia del ecosistema. En este sentido, avanzó en la oferta de productos en Renner, así como en la captación en los demás negocios, alcanzando TPV récord. Adicionalmente, su base de clientes activos aumentó en 12% en la comparación con el año anterior y los ingresos de servicios ganaron aún

más relevancia. También realizó operaciones de financiamiento para proveedores y probó para *sellers* y, al final del año, lanzó la cuenta digital, para clientes de una plaza piloto.

Y todo esto siempre con mucha fidelidad a nuestros pilares de sustentación, que permean nuestra actuación: productos y servicios, estrategia ESG, personas y cultura de encantamiento. En este sentido, merecen destaque nuestras iniciativas ESG (Ambiental, Social y Gobernanza). Además de las medidas de colaboración y apoyo a la comunidad durante la pandemia, el año 2021 fue de finalización de nuestros compromisos públicos de sostenibilidad, que habían sido establecidos en el 2018. Adicionalmente, entre las diversas carteras de índices relacionados al tema de las cuales participamos, se destaca Dow Jones Sustainability Index, que tiene como base el S&P Global ESG Scores, en que alcanzamos la mayor puntuación entre las empresas minoristas globales, además del ISE, de B3, en qué quedamos en segundo lugar en el *ranking* general. Adicionalmente, inauguramos nuestra tienda circular, la primera en el minorista brasileño en este concepto, hecho que nos llena de orgullo.

Un año de desafíos, sin dudas, pero de muchas evoluciones y aprendizajes. Tenemos una caja neta de R\$ 2,5 mil millones y alcanzamos R\$ 10,6 mil millones de Ingresos Netos Totales, siendo, nuevamente, la mayor en nuestro segmento. El desempeño de ventas, aliado a la optimización de los inventarios integrados, así como el uso de datos en

nuestros procesos ha contribuido para niveles de reprogramaciones alineados a los menores niveles históricos, llevando a un margen bruto en niveles muy saludables, del 54,2%. En este frente, se destacó también el papel de nuestras oficinas en China y en Bangladesh, que trajeron flexibilidad y seguridad al abastecimiento de los productos importados. Además, nuestro Beneficio Neto totalizó R\$ 633 millones y fue aprobada la distribución del 61% como remuneración a los accionistas, el mayor porcentual desde el 2013.

¡Y así avanzamos rumbo al 2022! Aún tenemos incertidumbres sobre los escenarios económico y de salud, no obstante, sabemos que estamos más preparados y muy atentos a las oportunidades que se configuran.

Creemos que marcas con significado y propuesta de valor clara generan diferenciales competitivos y crean condiciones para aumentos de market share, principalmente en un escenario macro más difícil y de consolidación como el que vivimos.

Somos el mayor player omni de vestuario de Brasil y continuamos comprometidos con nuestro propósito, para consolidarnos, cada vez más, como el ecosistema líder del segmento. Para ello, seguiremos diferenciándonos en producto y *Lifestyle* e invirtiendo en calidad y moda. Además, continuaremos priorizando la jornada omni, expandiendo la red de tiendas, con cerca de 40 inauguraciones previstas en el 2022, al mismo tiempo en que aumentamos la operación *online*. Alineados a esto, enfocaremos también las inversiones en nuestras plataformas logística y de tecnología, así como en mejor *time to market* e iniciativas en *Realize*, totalizando R\$ 1,0 mil millones en capex. Todo esto, con mucho enfoque, buscando mayor productividad y eficiencia en las operaciones, para potenciar el encantamiento de los clientes y generar retorno para nuestros accionistas.

Y por fin, nos gustaría hacer un agradecimiento especial a nuestros colaboradores, consejeros y ejecutivos, que siguieron comprometidos a nuestro propósito; a los proveedores, que estuvieron comprometidos con nuestras operaciones; a los accionistas, que soportaron nuestra transformación, y a los clientes y comunidad en general, que nos reconocieron como la 12ª marca más valiosa del País, según Interbrand.

¡Gracias a todos!



José Galló
Presidente del Consejo de Administración



Fabio Adegas Faccio
Director Presidente

capitais



ods



LOJAS RENNER S.A.

01

Somos un ecosistema de moda y *lifestyle*, líder en el mercado minorista de la moda onmicanal y una de las mayores marcas de Brasil.

GRI 2-1, 2-6



nuestros negocios

Somos un ecosistema de moda y *lifestyle*, líder en el mercado minorista de la moda onmicanal y una de las mayores marcas de Brasil.



6 NEGOCIOS RECONOCIDOS
Renner, Camicado, Youcom, Ashua, Realize y Repassa



636 TIENDAS
404 Renner, 119 Camicado, 104 Youcom, 9 Ashua



4 CENTROS DE DISTRIBUCIÓN
SC y RJ automatizados



25,7 MIL
colaboradores



+20 MARCAS PROPIAS
Renner, Camicado, Youcom y Ashua



ALIANZAS
Porto Seguro, Mastercard, Visa, etc.



34,7 MILLONES
De tarjetas emitidas



R\$ 4,8 MIL MILLONES
Portfólio Realize



1,1 MIL MILLONES (+28% vs. 2020)
Visitas en nuestro e-commerce



+ DE 19 MILLONES
Descargas de la apps Renner



+13,5% DO GMW
Participación online



210 SELLERS
en el marketplace Camicado



190 SELLERS
en el marketplace Renner



Tienda circular de Renner en el Shopping Río Sur, Río de Janeiro (RJ).

minorista de moda y lifestyle

 RENNER

Mayor minorista de moda omni en Brasil con 20 marcas propias, cuenta con 404 tiendas físicas (392 en todos los estados de Brasil, ocho tiendas en Uruguay, cuatro tiendas en Argentina), tienda *online* y otros ocho canales de venta, además de *marketplace*.

CMICADO

Marca especializada en casa y decoración, presente en todas las regiones de Brasil, con 119 tiendas, más *e-commerce*. Además de los ítems de reventa, desarrolla ítems de marca propia y cuenta con *sellers* en su *marketplace*.

YOUCOM

Marca joven de vestuario y accesorios, ofrece ropas, calzados y accesorios femeninos y masculinos. Cuenta con 104 tiendas en todas las regiones de Brasil, además de *e-commerce*.

ASHUA

Marca lanzada en 2016 en el *e-commerce* dirigida a la moda *curve* y *plus size*. Desde 2018, cuenta también con 9 tiendas físicas para la ampliación de la oferta omnicanal.

repassa

Adquirido en 2021, Repassa es una plataforma *online* que revende ropas, calzados y accesorios. *Startup* nativa digital, fundada en 2015, con sostenibilidad en el centro, Repassa amplía nuestra oferta a nuestros clientes con un servicio adyacente a nuestra actuación en el mercado minorista, gestionando la reventa de moda.

produtos financeiros

realize

Nuestra Institución Financiera apoya la fidelización y conveniencia de nuestros clientes, dándole soporte a la operación minorista de la compañía con la oferta de un conjunto de servicios financieros a los clientes, entre ellos la Tarjeta Renner (private label) y Mi Tarjeta (tarjeta de crédito internacional), además de líneas de crédito para proveedores de la Compañía, de Saque Rápido y de un portafolio de Seguros. Con vocación digital, la empresa ofrece soluciones que acompañan todo el recorrido del consumidor, de forma cómplice, transparente y encantadora.

desarrollo del ecosistema

● aceleración del digital y omnicanalidad

En 2021 llegamos al 4° año de nuestro ciclo estratégico de transformación digital 2018-2025, en un contexto que impulsó la evolución hacia un negocio más digital y omnicanal, con nuevos formatos y herramientas necesarias para seguir realizando nuestro propósito de encantar, fortaleciendo nuestra relación, ampliando los canales de venta y mejorando las entregas.

Hoy, somos el mayor player omni de vestuario de Brasil. Pasamos de 2 a 10 canales de ventas Renner, creamos nuevas funcionalidades y servicios en nuestra *app*, integramos el inventario de las tiendas físicas al *e-commerce*, quintuplicando el número de ítems disponibles y acelerando las entregas, mejorando expresivamente la experiencia omni de nuestros clientes.

En 2021, conquistamos el lugar del premio Campeonas de la Innovación en la categoría resultados - que mide la capacidad de transformar ideas y sugerencias en resultados concretos, tangibles y medibles -, el 4° lugar en la categoría de las más innovadoras del Sur en el *ranking* de la Revista Amanhã y entre las 5 más innovadoras del sector en el *ranking* Valor Innovación.

● PRINCIPALES DESTACADOS EN LOS AVANCES DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

más **facilidades**

VENTA POR WHATSAPP

comunicación activa con clientes por medios de herramientas específicas y alianzas con influenciadores.

más **autonomía**

VENTA MÓVEL

hecha por colaboradores utilizando dispositivos.

MÓVILES SELF CHECKOUT

tótems de autoatención.

PAGUE DIGITAL

Finalización de las compras por medio del *Smartphone* de los clientes representando, en algunas tiendas, **10% de las ventas.**

menos **rupturas**

Récords de **encantamiento.**

Aumento consistente de la **participación de mercado.**

● nuevos formatos y logros en 2021

- Concluimos la implementación de Estante Infinito, con 100% del surtido de las tiendas físicas disponible para compras *online*.
- Avanzamos en el nivel de servicio, alcanzando el 45% de las entregas realizadas dentro de los dos días después de la compra en Renner y 70% en Youcom.
- Inauguramos el piloto de nuestra *Guide Shop Renner*, modelo de tienda guía que une lo *online* y lo *offline* que le da al cliente la oportunidad de ver, tocar y probar los artículos antes de comprarlas *online* para recibir las en su casa, posibilitando la variedad de tamaños y colores, la comodidad de lo *online* y la ventaja de ver de cerca lo que está adquiriendo y contar con asistencia a la hora de la compra.
- **Lanzamos la app de Youcom con 15 funciones, complementando la experiencia omnicanal ya ofrecida por la marca y proporcionando un recorrido de compras con más practicidad, contenido de moda y personalización.**
- Ampliamos las posibilidades de compra con la Tarjeta Renner, que también ahora es aceptada en Youcom.

Reflejo de esta evolución, en 2021, fuimos vencedores de la categoría minorista del Premio Empresa Más Digital de +Digital Institute, que mide el nivel de madurez digital de las empresas.



Primera Guide Shop de Renner en Bento Gonçalves (RS).

● crecimiento de los canales digitales

La aceleración de la transformación digital amplió el año pasado la representatividad y la relevancia de nuestras ventas digitales y base de clientes omni.

- Nuestro *e-commerce* sigue creciendo continuamente y ya representa 13,5% del total de las ventas.
- Alcanzamos 1,1 mil millón de visitas en nuestro *e-commerce*, siendo 65% en la app, que fue bajada más de 19 millones de veces, llegando a una base instalada de 8,3 millones de usuarios, liderazgo absoluto en usuarios activos entre los *players* nacionales¹
- La venta por WhatsApp avanzó en la comunicación activa con clientes, creciendo más de 10 veces.
- Nuestra base de clientes omni creció 46%.
- Nuestro programa de afiliados y venta social, Favoritos Renner (antiguo Minha Sacola), creció más de 12 veces con mayor presencia de *influencers*.

¹ Datos de la plataforma de análisis de datos de *apps*: App Annie.

plataforma logística y tecnológica

● modelo logístico integrado

Contamos con un fórum de gobernanza integrado del flujo del producto, compuesto por las Direcciones de Producto, *Supply Chain* y Operaciones de Tiendas, que mejora la planificación y la gestión de forma conjunta, con base en indicadores de desempeño, permitiendo una toma de decisión más ágil, fluida y precisa, para que nuestro modelo logístico sea cada vez más eficiente.

En 2021, concluimos la construcción civil de nuestro Centro de Distribución Omni en Cabreúva (SP), e iniciamos el montaje de los equipos y automatización, que debe ser concluido en 2022, año previsto para inicio de las operaciones, que traerá aumentos de eficiencia, velocidad y sinergia entre los negocios. Adicionalmente Youcom migró el CD del *e-commerce* de RJ a SP y alcanzó 70 % de los pedidos en el Gran San Pablo, entregados en el mismo día o en el día siguiente.

También creamos, en el año, un piloto de gestión directa del transporte *last mile* para parte del Gran San Pablo, que nos permitió alcanzar logros relevantes al nivel de servicio, con 90 % de las entregas en el mismo día o en el día siguiente.

Fuimos reconocidos por el Premio de la Industria 2021, que destacó nuestro ecosistema de moda y *lifestyle* en la categoría Top Logística - Integración Omnicanal y Sostenibilidad.



Nuevo CD Omni en Cabreúva (SP).

● transformación ágil

Trabajamos la cultura de innovación de manera transversal, en todas las áreas de la Compañía, ofreciéndoles a nuestros colaboradores la capacitación, las herramientas y las estructuras, para que la innovación esté en el día a día de todos, estimulando la creatividad, la agilidad y la autonomía para transmitir y compartir conocimiento y conquistar más encantamiento, más eficiencia y mejores experiencias para todos los que se relacionan con nuestro ecosistema.

En 2021, creamos la Oficina de Agilidad, que desarrolló y difundió el modelo operativo ágil de la Compañía para garantizar que la transformación ágil ocurra en escala corporativa, beneficiando a los más de 25,7 mil colaboradores. En este modelo, contamos con 10 tribus y 86 *squads*, enfocadas en el desarrollo y aceleración de iniciativas clave del ecosistema y ya habilitamos a más de mil colaboradores en Renner Framework, ofreciendo más de 50 mil horas de capacitación.

También aceleramos nuestros procesos de innovación conectándonos con el ecosistema de educación e innovación, en Brasil y en el exterior, por medio de nuestro Programa Circuito (conozca más en la página 45).

Lojas Renner S.A. fue elegida como el mejor caso de transformación ágil de 2021 en empresas de gran tamaño, ganando el 1º lugar en la Premiación Más Ágil, organizada por Mooven Consulting.

● uso de datos e inteligencia artificial

En los últimos años, un frente relevante de innovación en diferentes áreas de la Compañía ha sido el uso de datos y la inteligencia artificial para mejorar la toma de decisiones y la planificación. A continuación, presentamos los principales avances en este frente:

PEOPLE ANALYTICS

Usamos *people analytics* en la gestión del desempeño y de competencias, en el reclutamiento y selección y en la planificación de la fuerza de trabajo, aplicando análisis avanzados de datos para mejorar la gestión de nuestro capital humano, apoyando la identificación de riesgos y oportunidades para apalancar el desarrollo y la gestión de talentos, impactando positivamente al negocio. A partir del análisis de datos y de la inteligencia artificial, pudimos, por ejemplo, innovar en nuestra plataforma de desarrollo de carrera, incorporando recomendaciones personalizadas, con base en los datos del Plan de Desarrollo Individual de cada colaborador, de contenidos más relevantes en la Universidad Renner y dando oportunidades de plazas internas que den “*match*” con sus competencias.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y DATA ANALYTICS

Nosso processo de alocação de itens básicos nas lojas Renner já é 100% orientado por inteligência artificial. Também usamos *data analytics* para apoiar

la selección de productos que serán desarrollados, previendo su aceptación por el cliente.

MOTOR DE REPROGRAMACIONES

En 2021, desarrollamos una herramienta de inteligencia artificial que trae sugerencias sobre el momento correcto para hacer reprogramaciones y el porcentaje de descuento, optimizando el proceso. Nuestra herramienta ya opera en productos que representan el 84 % de las ventas, y el 16 % en Camicado fueron hechas con base en sus sugerencias.

PREVISIÓN DE COMPRAS

Creamos en 2021, un piloto de uso de inteligencia artificial en el proceso de compra de productos para la reventa que sugiere los volúmenes a ser comprados de cada modelo. El piloto está viendo productos básicos Renner, de fabricación nacional y, también, considera datos del *forecast* de ventas.

● innovación para la sostenibilidad

La innovación es fundamental para nuestro avance en la sostenibilidad y viceversa. Cuando idealizamos una nueva solución, pensamos siempre en cómo ella puede llevarnos a prácticas más sostenibles. Como resultado, diversos proyectos nos llevaron a mayor eficiencia, reducción de impacto ambiental y generación de valor para la sociedad. En 2021, los principales avances fueron:

TIENDA CIRCULAR

Innovamos en el modelo de ingeniería, arquitectura y mobiliario para crear, en 2021, la primera tienda circular del mercado minorista en Brasil, que ofrece una experiencia de compra omni en ambiente proyectado con base en principios de circularidad. Conozca más en la pág. 69.

MANIQUÍ 3D

Hace más de tres años, invertimos en la investigación y estudio de los cuerpos brasileños para mejorar nuestros productos, liderando en el mercado minorista de moda en la creación de estándares de tamaños más adherentes a nuestra realidad, en línea con nuestro compromiso con la diversidad de cuerpos. En 2021, avanzamos en esta camnio con el uso de tecnología 3D para el desarrollo de 15 maniquís físicos, proyectados a partir del escaneado de cuerpos reales. Conozca más en la pág. 41.

producto

● servicios adyacentes al core

Queremos agregar cada vez más valor a la experiencia de nuestro cliente, potencializando su encantamiento. Por eso estamos desarrollando diversos frentes de servicios que se conectan con nuestra actuación principal en el mercado minorista, llevando conveniencia, conexión y oportunidad a nuestros clientes.

Entre estas soluciones están en desarrollo nuevos servicios de reventa, reparaciones, costura, utilidades, decoración y belleza. La adquisición de Repassa, en 2021, inaugura un importante servicio en este sentido: la reventa de vestuario, calzados y accesorios, por medio de plataforma *online*, con actuación en todo Brasil.

● marketplace & servicios para sellers

Aceleramos, a lo largo de 2021, nuestra plataforma de *marketplace* de Camicado e iniciamos el *marketplace* de Renner, ampliando el surtido de productos y servicios ofrecidos, y convirtiéndonos, cada vez más, en una plataforma *one-stop-shop*, para una mejor experiencia del cliente.

El *marketplace* Renner cerró 2021 con 154 *sellers* y sigue ampliando las categorías y variedades de productos complementarios a los ya ofrecidos, con enfoque en la curaduría del surtido y de los asociados, en los avances de la plataforma tecnológica y en la optimización de los procesos. El de Camicado cerró con 200 *sellers* activos, que representan 90 mil artículos en venta por *e-commerce*, y tuvo avances en la curaduría de asociados, con enfoque en categorías complementarios como muebles y electro, e implementó mejoras en las herramientas de búsqueda.

soluciones financieras



Sitio web de Realize.

Realice avanzó en su participación en el ecosistema a lo largo del año, fortaleciendo nuestra plataforma de soluciones financieras innovadoras y sostenibles, que impulsen el ecosistema de moda y *lifestyle*.

Uno de los frentes más relevantes de este avance fue la puesta en operaciones de la Cuenta Digital, aún en prueba, que potenciará la sinergia entre los servicios financieros y las operaciones minoristas, contribuyendo a la ampliación de la fidelización de los clientes y elevando el *ticket* promedio de las ventas.

También ampliamos la oferta de soluciones financieras, con nuevos seguros y asistencias lanzados, como las modalidades Pet, Bienestar, Salud del Cuerpo y Salud de la Mente y soluciones para negocios, con nuevas operaciones de anticipación de cobrables para *sellers* y financiamiento de capital de giro para los proveedores Renner, sumando cerca de R\$ 80 millones. Como resultado, los servicios ofrecidos crecieron de forma importante y pasaron a representar el 28% de los ingresos de Realice en el año.

capitales



ods



GENERACIÓN DE VALOR

02

Creemos que la moda debe ser justa, consciente y responsable y nuestras directrices estratégicas de sostenibilidad orientan nuestra actuación en esa dirección.

GRI 2-6, 2-22, 2-23, 2-24, 2-28



moda responsable

GRI 3-1, 3-2

El año 2021 marca la conclusión de nuestro ciclo estratégico de Moda Responsable, que fue lanzado en 2016 y enumeró los temas prioritarios para el avance de la gestión de sostenibilidad, generando compromisos públicos entre 2018 y 2021, para minimizar los riesgos socioambientales relevantes

de nuestra cadena y la generación de valor a nuestros públicos, la sociedad y el medio ambiente.

En el 2021, diseñamos nuestra nueva estrategia de sostenibilidad, con compromisos hasta el 2030.



Foto de colección hecha en colaboración con Insecta, donde tejidos parados fueron reaprovechados.

compromisos públicos

2018-2021

 80%

de ropas* menos impactantes, siendo 100 % de algodón certificado.

Sepa más en la pág. 75.

* Considerando los productos de vestuario.

 75%

del consumo de energía corporativa de fuentes de energía renovables de bajo impacto*.

Sepa más en la pág. 68.

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

 20%

de reducción de las emisiones absolutas* de CO₂ frente al inventario 2017.

Sepa más en la pág. 64.

* Considerando alcances 1, 2 (abordaje de elección de compra) y 3.

 100%

100% de la cadena global de reventa* con certificación** socioambiental.

Sepa más en la pág. 49.

* Empresas de 1º y 2º nivel que producen para la marca Renner.
** Certificaciones y/o auditorías Renner certificadas por organismo externo.

Nueva estrategia de sostenibilidad 2030

● Relaciones humanas y diversas

Construir relaciones humanas y diversas, garantizando que cada individuo sea capaz de realizar todo su potencial.

COMPROMETIMIENTO Y BIENESTAR

Estar entre las referencias nacionales en comprometimiento, garantizando *living wage** y avanzando continuamente en la promoción del bienestar de los colaboradores.

DIVERSIDAD & INCLUSIÓN

Construir una cultura de diversidad, equidad e inclusión de grupos minorizados**, alcanzando, por lo menos:

- 50% de los cargos de liderazgo ocupados por personas negras;
- 55% de los cargos de alto liderazgo ocupados por mujeres.

Ofrecer un portafolio de productos y servicios diversos e inclusivos, considerando el potencial de contribución de cada uno de los negocios.

* Remuneración recibida por un trabajador en un determinado local, suficiente para proporcionar un estándar de vida decente para el trabajador y sus dependientes.

** Racial, LGBTQIAP+, PCDs y mujeres.

● Soluciones climáticas, circulares y regenerativas

Avanzar en la construcción de un negocio circular, regenerativo y de bajo carbono, estimulando y posibilitando que nuestros clientes hagan elecciones conscientes.

CLIMA Y AGUA

Acelerar la transición para economía de bajo carbono, alcanzando metas de reducción basadas en la ciencia (SBTi) y la neutralidad climática antes del 2050.

Reducir el consumo de agua de la operación y proveedores estratégicos, eliminando el descarte de productos químicos con sustancias restringidas en la producción de textiles y calzados.

CIRCULARIDAD Y REGENERACIÓN

Incorporar principios de circularidad en el desarrollo de productos, servicios y modelos de negocio.

Invertir en el desarrollo de materias primas textiles circulares y regenerativas, garantizado 100% de las principales materias primas más sostenibles.

Eliminar los embalajes plásticos de las tiendas físicas y del *e-commerce* que no pueden ser reutilizados o reciclados por nuestros clientes; y buscar soluciones para reducir la generación y promover la circularidad de los principales residuos de la operación y de los proveedores estratégicos.

● Conexiones que amplifican

Amplificar el impacto de nuestras conexiones, construyendo con nuestros proveedores y asociados las respuestas para el desafío del sector.

CADENA DE VALOR

Certificar la cadena de proveedores a través de criterios socioambientales y concentrar las compras en proveedores con alta gestión y desempeño.

Fomentar la adopción del *living wage** por los proveedores estratégicos.

Alcanzar 100% de rastreabilidad de los productos de algodón y avanzar en la rastreabilidad de las demás materias primas textiles.

Monitorear y promover la inclusión y el desarrollo socioambiental de los *sellers*.

colaboración

GRI 2-28

Participamos activamente de 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 Desarrollo del Mercado Minorista (IDV).
- Miembros de Better Cotton (BC): iniciativa mundial para el cultivo del algodón 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 del liderazgo y de Grupos de Trabajo (GT) con enfoques específicos de la Asociación Brasileña Del Mercado Minorista Textil (ABVTEX): integramos el Consejo Directo, Comité Gestor, Comité Jurídico, Comité Fiscal, GT Proveedores, GT Calidad y coordinamos el Comité de 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.

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 del Green Building Council Brasil, que orienta prácticas de construcción sostenibles.
- Asociados al Instituto Pacto Nacional por la Erradicación del Trabajo Esclavo (InPACTO).
- Afiliados al Social & Labor Convergence (SLCP) de SAC (Sustainable Apparel Coalition).
- Apoyadores del Programa En la Mano Correcta, de Childhood Brasil, que combate el abuso y la explotación sexual de niños y adolescentes
- Signatarios del Fórum de Empresas y Derechos LGBTI+.
- Asociación a la Alianza LGBTI+.
- Apoyadores de los Principios de Empoderamiento de las Mujeres, de ONU Mujeres.
- Signatarios de MOVER (Movimiento por la Equidad Racial).

- Adhesión a la Coalición Empresarial Por el Fin de la Violencia Contra Mujeres y Niñas.
- Asociados del Instituto identidades de Brasil ID_BR.
- Adherentes a la iniciativa Woman on Board (WOB).
- Asociados al Instituto Ethos.
- Movilizadores del Fórum Empresas con Refugiados.
- Apoyadores y miembros del Comité Gestor del Compromiso con el Clima, que une a empresas que desean apoyar proyectos socioambientales y fomentar una economía de bajo carbono al compensar, juntas, sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).
- Signatarios de la campaña Business Ambition for 1.5o 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.

reconocimientos ESG

Como empresa de capital abierto, somos continuamente evaluados por índices de las principales bolsas de valores y agencias de *rating*, que analizan nuestros compromisos, políticas, estructura y prácticas de gestión socioambiental y de gobernanza (ESG en su sigla en inglés).

En los últimos años, hemos sido reconocidos por estos inductores del mercado de capitales como referencia en el sector de minorista del mundo, como una de las empresas con mejores prácticas de sostenibilidad:

En 2021, además de ser una de las nueve compañías brasileñas en el índice más importante de sostenibilidad del mundo, el DJSI, fuimos posicionadas como la empresa líder en el mercado minorista global con mejor nota en la evaluación de cerca de 200 cuestiones ESG (Resultado divulgado el 12 de noviembre de 2021).

ÍNDICE DE SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL (ISE) B3

8º año consecutivo e a 2ª mejor en el índice en 2021.

DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX (DJSI)

7º año de listado 1º lugar del sector en el mundo.

SUSTAINALYTICS

Categorizada como bajo de riesgo y posicionada como la 2ª mejor minorista de la moda del mundo en el *ranking* de riesgo ESG.

REFINITIV

2ª mejor del sector en ESG en el refinitiv ESG scores, con *rating* ESG A y puntuación máxima en responsabilidad por el producto.

ÍNDICE DE TRANSPARENCIA DE LA MODA BRASIL (ITMB) 2021

Renner y Youcom con la 3ª mayor puntuación entre las 50 minoristas brasileñas evaluadas.

ÍNDICE CARBONO EFICIENTE (ICO₂) B3

11º año consecutivo, presente desde la creación del índice.

MORGAN STANLEY CAPITAL INTERNATIONAL (MSCI)

3º año consecutivo con *rating* A, 1º lugar del sector en la categoría *Supply Chain Labor Standards*, una de las 25 empresas brasileñas apuntadas como líderes en MSCI Brazil ESG leaders index, y la única minorista apuntada entre las top 10 brasileñas como mejor desempeño en el MSCI ESG *ratings*.

Con un sólido compromiso con la sostenibilidad, mantenido desde hace muchos años, somos la empresa más reconocida por los *ratings* e índices ESG de todos los segmentos del mercado minorista brasileño.

También estamos entre las empresas del mercado minorista global con mejor desempeño en los índices y *ratings* ESG.

CDP CLIMATE CHANGE

11º año consecutivo sometiendo informaciones al CDP Climate Change, con avance de la nota de B a A-, la mejor nota de todo el mercado minorista brasileño y componiendo la cartera del Índice CDP Brasil - Resiliência Climática (ICDPR-70).

SUSTAINABLE COTTON RANKING

Listada en la categoría "Bien en el camino" del *ranking* del World Wildlife Fund (WWF).

PLATFORM LIVING WAGE FINANCIALS (PLWF)

Avance en la clasificación de "en desarrollo" a "en maduración", posesionándose entre las 14 empresas mejor colocadas del sector.

FTSE4GOOD

7º año consecutivo.

RANKING ESG NO BRASIL

En 2021 fuimos listados en 1º lugar en el *ranking* ESG en Brasil de Bank of América, con base en la puntuación de MSCI, Refinitiv y Sustainalytics.

desempeño

valor generado

GRI 2-1, 201-1

capitales usados

HUMANO

- 25,7 mil colaboradores

INTELLECTUAL

- Cultura sólida y alineada a un propósito: encantar a todos es nuestra realización
- Estrategia de Moda Responsable

MANUFACTURADO

- 636 tiendas
- 4 Centros de Distribución (CDs)
- Oficinas en Brasil, China y Bangladesh
- *E-commerce*

SOCIAL Y DE RELACIÓN

- 533 proveedores y 974 subcontratados que fabrican los productos que revendemos
- 2.041 proveedores de otros productos y servicios
- Instituciones de salud, comunidades y proyectos apoyados por el Instituto Lojas Renner



FINANCEIRO

- R\$ 14,4 mil millones de ingresos brutos
- 988.779.779 acciones con valor de mercado de R\$ 24 mil millones
- R\$ 1,0 mil millones de inversión (CAPEX)

NATURAL

- 661,7 mil GJ de energía consumida (0,6 GJ/m² de área de venta), 100% de fuentes renovables
- 128,8 mil m³ de agua consumida en la operación
- 16,9 toneladas de algodón, 4,5 t. de poliéster, 5,4 t. de viscosa, 2,9 t. de poliamida

valor generado

HUMANO

- R\$ 1,6 mil millones en remuneración y beneficios
- 89% de compromiso
- R\$ 217,3 millones distribuidos a los colaboradores como Programa de Participación en los Resultados (PPR)

FINANCEIRO

- R\$ 387,9 millones en intereses sobre el capital propio distribuidos a los accionistas
- +2.887,5% de valorización de las acciones acumulada desde el 2005

INTELLECTUAL

- Experiencia omnichannel y nuevos canales de venta y atención
- 81,3% de los productos vendidos en Renner con Sello Re Moda Responsable (atributos sostenibles)

MANUFACTURADO

- 30 nuevas tiendas.
- Prototipo de tienda circular (más sostenible).
- Ampliación de los CDs en el año y nuevo CD en construcción para 2022.

SOCIAL Y DE RELACIÓN

- R\$ 7,0 millones invertidos por el Instituto Lojas Renner beneficiaron a más de 46 mil personas directamente, además del valor inmensurable de las donaciones y EPPs para los hospitales durante el combate a la pandemia
- 99,1% de clientes satisfechos y muy satisfechos
- R\$ 6,5 mil millones en negocios contratados junto a los proveedores
- 17,3 pontos percentuais de mejora en el índice de Desempeño Global de proveedores (IDGF) desde el 2016
- R\$ 2,4 mil millones en impuestos y tasas a ser revertidos por las gobernanzas para el desarrollo del país

NATURAL

- Negócio carbono neutro: 100% de las emisiones de los gases de efecto invernadero neutralizadas desde el 2016
- Reducción del 36,0% en la intensidad de emisiones desde el 2018
- 99,15% de los productos de algodón y 93,1% de los productos de viscosa con certificación

resultados de la operación

Conozca a continuación los paneles de los principales indicadores de desempeño operativo y financiero. Para conocer más sobre nuestros resultados, acceda al Informe de la Administración: <https://bit.ly/3JBmAcX>

Informaciones Consolidadas (R\$ MM)	2021	2020	Var.
Ingresos Netos de las Ventas de Mercancías¹	9.555,5	6.660,6	43,5%
Crecimiento de Ventas en la Misma Tienda	40,1%	-23,9%	-
Ventas Digitales (GMV)	1.625,2	1.084,0	49,9%
Penetración de las Ventas Digitales	13,5%	12,4%	-
Beneficio Bruto de la Operación Minorista	5.178,8	3.459,3	49,7%
Margen Bruto de la Operación Minorista	54,2%	51,9%	2,3p.p.
Gastos Operativos (Ventas, Generales y Administrativos)	(3.529,8)	(2.608,9)	35,3%
Gastos Operativos/Ingresos de las Ventas de Mercancías	36,9%	39,2%	-2,3p.p.
EBITDA de la Operación Minorista Ajustada ³	1.475,8	1.578,3	-6,5%
Margen EBITDA de la Operación de Minorista Ajustada ³	15,4%	23,7%	-8,3p.p.
Resultado de Servicios Financieros	247,6	83,0	198,3%
EBITDA Total Ajustado (Minorista + Servicios Financieros) -incluye Atenciones³	1.723,3	1.661,2	3,7%
Margen EBITDA Total Ajustada -incluye Arrendamientos ³	18,0%	24,9%	-6,9p.p.
EBITDA Total Ajustado (Minorista + Servicios Financieros) -excluye Arrendamientos³	1.723,3	925,8	86,1%
Margen EBITDA Total Ajustada -excluye Arrendamientos ³	18,0%	13,9%	4,1p.p.
EBITDA Total Ajustado (Pré IFRS 16) ⁴	1.108,4	1.190,4	-6,9%
Margen EBITDA Total Ajustada -excluye Arrendamientos ⁴	11,6%	17,9%	-6,3p.p.
Beneficio Neto	633,1	1.096,3	-42,2%
Margen Neto	6,6%	16,5%	-9,9p.p.
Beneficio por acción	0,64	1,38	-
ROIC LTM	6,7%	15,9%	-9,2p.p.

¹ En 2021, la Operación de Minorista incluye la venta de mercancías, así como operaciones de servicios (comisiones y costos de los marketplaces y Repassa).

² En la tabla anterior, para un mejor análisis, los gastos con Depreciación y Amortización fueron excluidos, incluso la Depreciación de Arrendamiento.

³ EBITDA Total Ajustado, sin el gasto de la depreciación y gasto financiero de los arrendamientos, relativas al IFRS 16.

⁴ EBITDA Total Ajustado, con el gasto de la depreciación y gasto financiero de los arrendamientos, relativas al IFRS 16. Nota: En mayo del 2020, la Compañía obtuvo éxito en acción judicial relativa a la exclusión del ICMS de la base de cálculo del PIS y de la COFINS. Así, fue reconocido, crédito tributario de R\$ 784,6 MM (R\$ 735,4 MM libre de los honorarios de abogados) en Otros Resultados Operativos, referente al principal, así como R\$ 578,4 MM (R\$ 551,4 millones, libre de impuestos), referentes a los intereses sobre este monto y contabilizados en el Resultado Financiero. El valor total fue de R\$ 1.363,0 MM, con efecto neto de R\$ 1.036,9 MM en el beneficio del 2020.

contexto

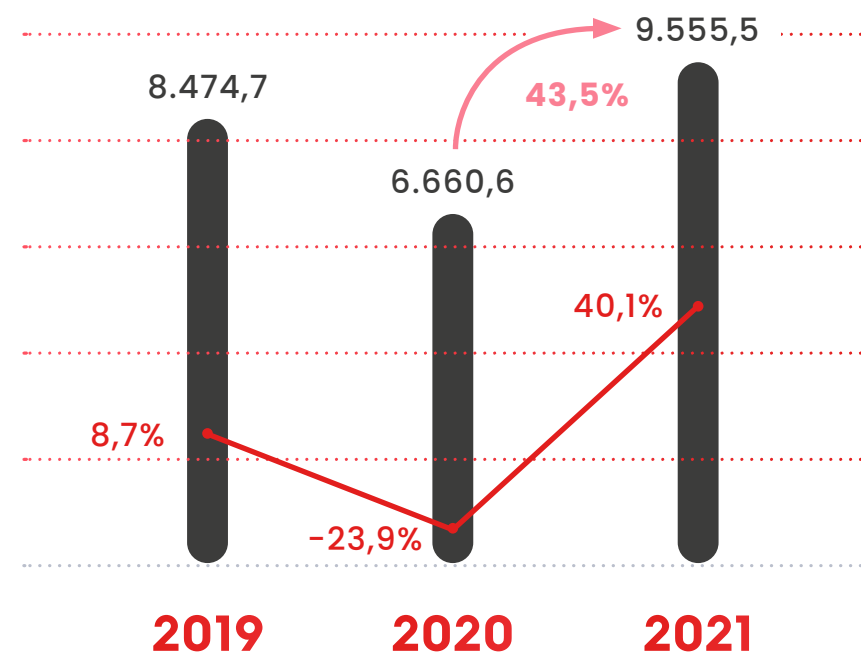
● escenario económico

El 2021 fue otro año marcado por los efectos del Covid-19, que impactó la economía no solo de Brasil, sino de todo el mundo. Al comienzo del año, con la segunda ola de la pandemia, las nuevas restricciones impuestas por el aislamiento social sumaron efectos importantes en la actividad de distintos segmentos, así como también en el ingreso de las familias. A continuación, en la medida que la situación de la pandemia evolucionó y las restricciones se fueron flexibilizadas, los sectores de la economía fueron recuperándose en diferentes niveles. Este movimiento ocurrió en varios países y esto generó el desequilibrio de cadenas productivas globalmente, así como también rupturas logísticas. En Brasil, estos factores, sumados a la crisis energética, aumento de los commodities y cambio desvalorizado, significaron un aumento relevante de inflación en el país, seguido por mayores intereses y efectos en la agenda fiscal.

En el mercado minorista del vestuario, no fue diferente. Por un lado, el flujo en los shoppings fue gradualmente evolucionando y, con eso, las ventas del segmento mejoraron secuencialmente a partir de abril, incluso sobrepasando los niveles de 2019 en algunos meses, según datos del PMC – Encuesta Mensual de Comercio, divulgada por el IBGE. Por otro, los desafíos fueron mayores en cuanto a los costos de operación, en función principalmente de los efectos inflacionarios y de la desvalorización del Real.

● resultados

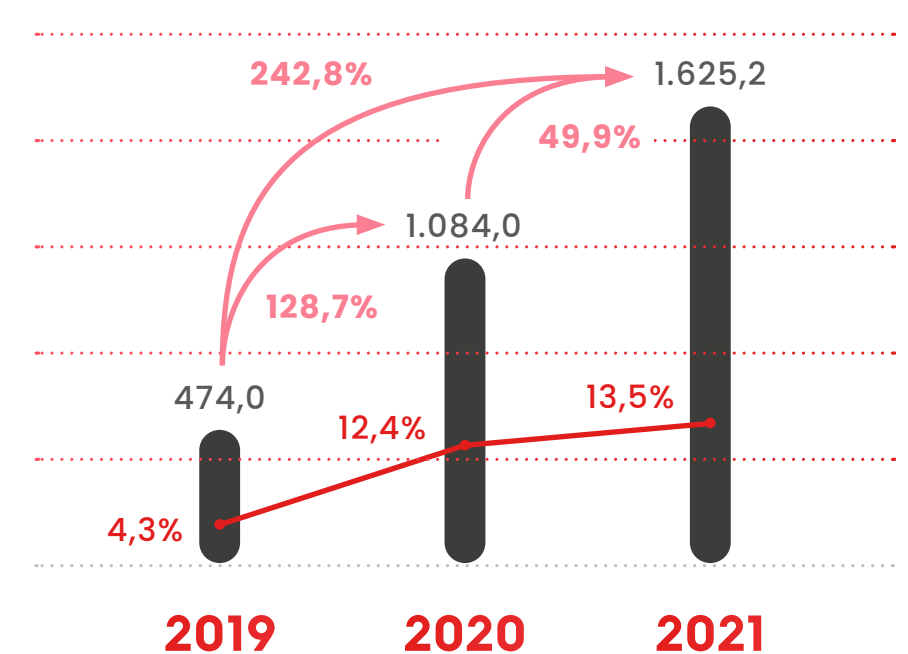
Ingresos netos de minorista con media mensual de +20% de crecimiento desde abril, con relación al 2019 y aumento consistente de share, con ventas 24 p.p. por encima del mercado en el 2021.



● Leyenda

- RECEITA LÍQUIDA DO VAREJO – R\$ MM
- VENDAS EM MESMAS LOJAS (%)

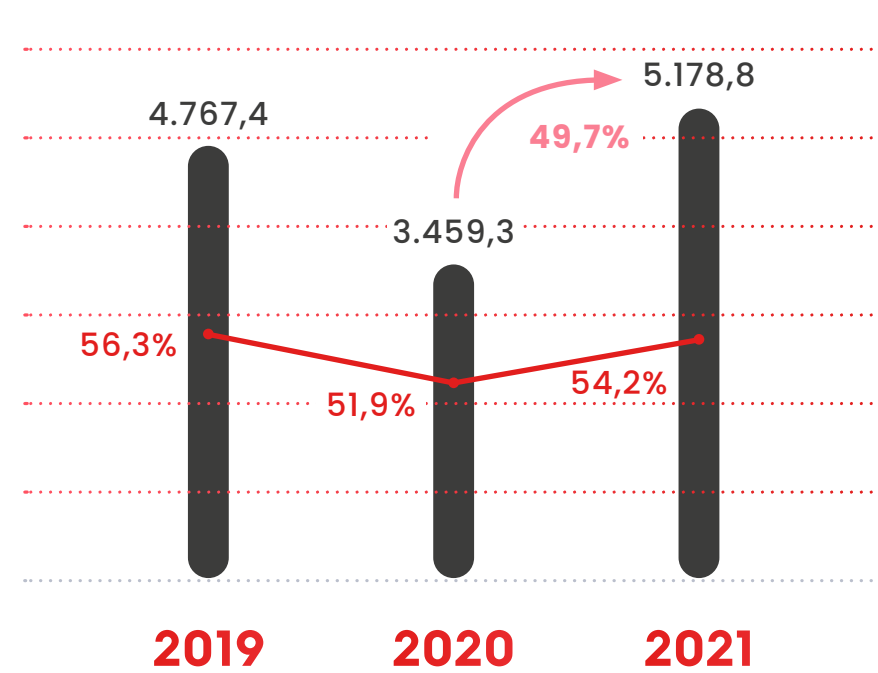
GMV digital con crecimiento robusto, sobre base récord y con aún más representatividad en el negocio.



● Leyenda

- GMV DIGITAL – R\$ MM
- PENETRAÇÃO (%)

Margen Bruto saludable, superior a lo esperado para el año, y tendencia sigue en el 2022, en niveles cercanos al 2019.



• Leyenda

- BENEFICIO BRUTO DEL MINORISTA - R\$ MM
- ➔ MARGEN BRUTO (%)

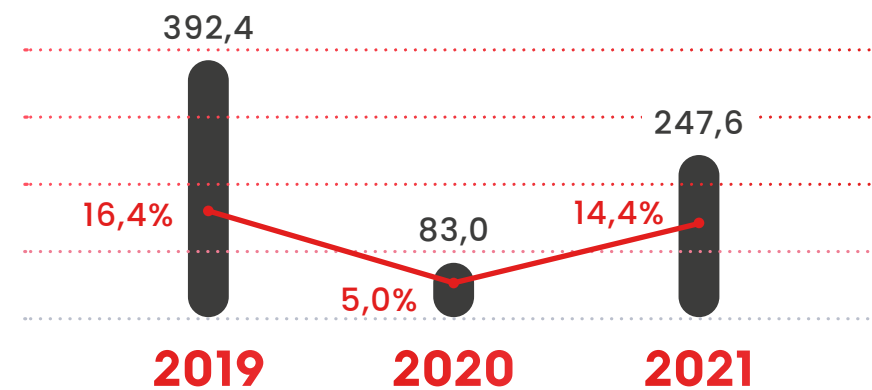
Gastos Operativos con mejoría secuencial, aunque con los efectos coyunturales, la mayor penetración de lo *online* e inversiones relevantes en gastos operativos para las iniciativas del ecosistema, balanceadas con iniciativas que trajeron un aumento de eficiencia, con reducción del Costo de Adquisición de Clientes (CAC) y del costo por remesa.



• Leyenda

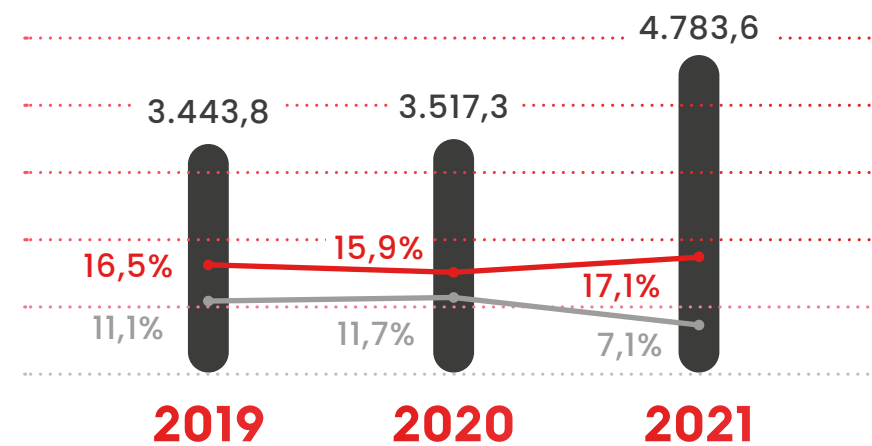
- GASTOS OPERATIVOS - R\$ MM
- GASTOS OPERATIVOS/INGRESOS NETOS

Cartera de Crédito con crecimiento robusto del 36,0% frente al 2020, con consistencia en la calidad de crédito e incumplimiento alineado a los niveles históricos, y resultado de servicios financieros 198,3% mayor que en el año anterior.



• **Leyenda**

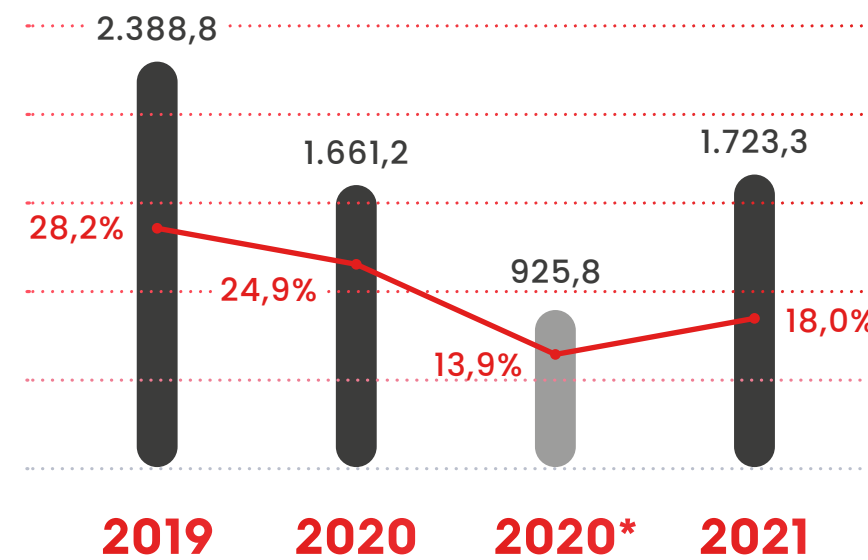
- EBITDA PRODUCTOS FINANCIEROS (R\$ MILLONES)
- ➔ PF/EBITDA TOTAL



• **Leyenda**

- CARTERA TOTAL (R\$ MILLONES)
- ➔ % VENCIDOS
- ➔ % PÉRDIDAS NETAS

EBITDA Ajustado Total del año 1,9 veces superior al del 2020, en bases comparables (excluyendo crédito fiscal).



• **Leyenda**

- EBITDA TOTAL (POST IFRS 16 EN R\$ MILLONES)
- ➔ MARGEN EBITDA (%)

* Exclui crédito tributário de R\$ 735,4 milhões, líquidos dos honorários advocatícios, relativo ao êxito em ação judicial referente a la exclusión del ICMS de la base de cálculo del PIS y de la COFINS.

• **gestión tributaria**

Adoptamos prácticas de planificación tributaria, siempre teniendo en cuenta lo que prevé la legislación o la jurisprudencia reciente. Las prácticas deben ser aprobadas por nuestro Comité Tributario y, para grandes montos, también por el Comité de Auditoría. Todas las decisiones sobre prácticas tributarias también deben ser amparadas por, al menos, dos dictámenes externos. El Comité tributario está compuesto por el Director Administrativo Financiero y de RI, Director de Contraloría, Gerente General Jurídico, Gerente General de Gestión Tributaria y Gerente Sénior Contable de la Compañía y se reúne ordinariamente mensualmente.

Entre 2020 y 2021, hubo una reducción de la carga tributaria, en función de los aumentos del pago de Intereses sobre el Capital Propio deliberado durante el año (el límite aumentó en función de la emisión de acciones realizada en mayo), y no tributación de intereses Selic recibidos por derivación de procesos judiciales.

capitales   

ods

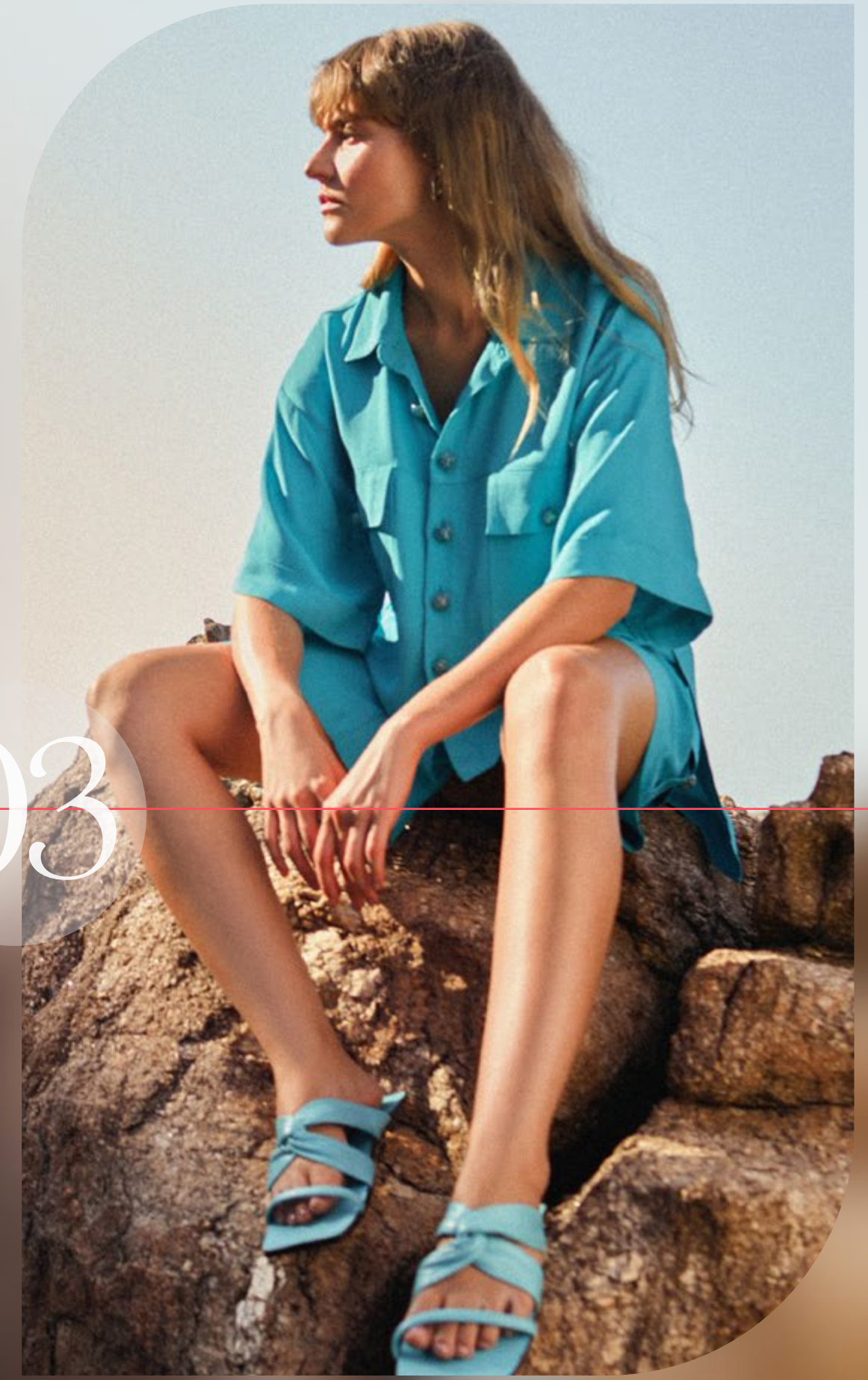


GOBERNANZA

03

Con 53 años de experiencia en el mercado de capitales, después de abrir el capital con solo dos años de su fundación, en 1967, somos **pioneros en la adopción de las mejores prácticas de gobernanza corporativa.**

GRI 2-1, 2-9, 2-11, 2-17, 2-18, 2-19, 2-20, 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 3-3, 308-2, 412-1, 414-2, SASB CG-AA-440a.1



buenas prácticas

Nuestro modelo de gobernanza es una de las fortalezas de las políticas de ESG, lo que se refleja en nuestra presencia y evolución en los principales índices del mercado, como **Dow Jones Sustainability Index (DJSI)** y el **Índice de Sostenibilidad Empresarial (ISE B3)**.

En 2021, obtuvimos el 1º lugar en la categoría minorista de moda del premio Merco Empresas Más Responsables y con Mejor Gobernanza Corporativa y el 2º lugar en la categoría Gobernanza Corporativa del premio Estadão Empresas Más.

● 1ª corporación do Brasil

Desde que nos convertimos en la primera corporación de Brasil, en 2005, con el 100% de las acciones negociadas en bolsa y sin la presencia de accionista o grupo controlador y adherimos al Nuevo Mercado, segmento de B3 con mayor nivel de exigencia de buenas prácticas de gobernanza corporativa. En estos 16 años:

- evolucionamos de 800 a 156 mil accionistas, siendo 153 mil personas físicas.
- Crecimos 2.585% en valor de mercado, de R\$ 90 millones a R\$ 24 mil millones.

● compromiso de los accionistas

En 2006, fuimos la primera empresa brasileña en entregar el Manual de Asamblea para la participación de los accionistas, que actualmente es obligatorio, detallando la pauta de las asambleas y apoyando el compromiso del accionista y su votación consciente.

En 2021, tuvimos una gran demostración de confianza de nuestros inversionistas con una capitalización de oferta pública de 102 millones de acciones, que recaudó aproximadamente R\$ 4,0 mil millones, y nos permitió mayor flexibilidad y disposición para la captura de todas las oportunidades asociadas a la continuidad de la construcción de nuestro ecosistema, de forma orgánica e inorgánica. Este movimiento también nos permitió invertir en la aceleración de la transformación digital, en la continuidad de las obras de nuestro nuevo CD omni y en la expansión física de tiendas.

● 1ª y más adherente al código brasileño de gobernanza corporativa

En 2018, fuimos la primera empresa en entregar el Informe sobre el Código Brasileño de Gobernanza Corporativa a la Comisión de Valores Mobiliarios (CVM) y la Compañía más adherente al documento. Mantuvimos esta posición y, desde 2019, tenemos el 98,1% de adherencia a las prácticas recomendadas por el Informe, mientras la media de adherencia de las empresas en 2021 fue del 58,7%.

Como reflejo, en 2021, figuramos en 1º lugar del mercado minorista con nota máxima (100%) en el ranking del J.P. Morgan, basado en el Informe del Código Brasileño de Gobernanza Corporativa entregado a CVM, con 44 cuestiones en los pilares Accionistas, Consejo de Administración, Dirección, Órganos de Fiscalización y Control, y Ética y Conflicto de Intereses, Conselho de Administração, Diretoria, Órgãos de Fiscalização e Controle, e Ética e Conflito de Interesses.

● mejores prácticas adoptadas

Adoptamos las mejores prácticas de mercado y contamos con un conjunto de políticas y reglamentos que garantizan que nuestra estrategia sea ejecutada con responsabilidad y sostenibilidad, con el compromiso de generar valor para los accionistas. Entre las mejores prácticas adoptadas, podemos destacar:

- Nuevo Mercado de B3 – Brasil, Bolsa, Balcão.
- 100% de *free float*.
- 88% de miembros independientes en el Consejo de Administración (CA) – 7 de 8.
- 25% de mujeres en el CA – 2 de 8.
- 8,1 años de media de mandato de los miembros del Consejo
- 33% de mujeres en el Consejo Fiscal (CF) – 1 de 3.
- 40% de mujeres en la Dirección Estatutaria – 2 de 5.
- Diferentes ejecutivos como Presidentes del CA y Dirección.
- Consejo Fiscal permanente.
- Comités del Consejo de Administración y de Gestión.
- Manual para Participación en Asambleas y convocatoria 30 días antes.
- Plan de Opción de Compra de Acciones y de Acciones Restringidas.
- Reglamento Interno para Consejos, Dirección y Comités.
- Mecanismos de evaluación formal del CA (incluyendo la Presidencia del órgano), de los Comités y de la Dirección.
- Secretarios para Consejos, Dirección y Comités.
- Portal de Gobernanza (CA, CF y Comités).
- Existencia de Auditoría Interna y Compliance.
- Canal de denuncias subcontratado e independiente.
- Diversas Políticas Corporativas.
- Área de Gobernanza Corporativa – *Governance Officer*.
- Dirección con remuneración relacionada a metas ESG.

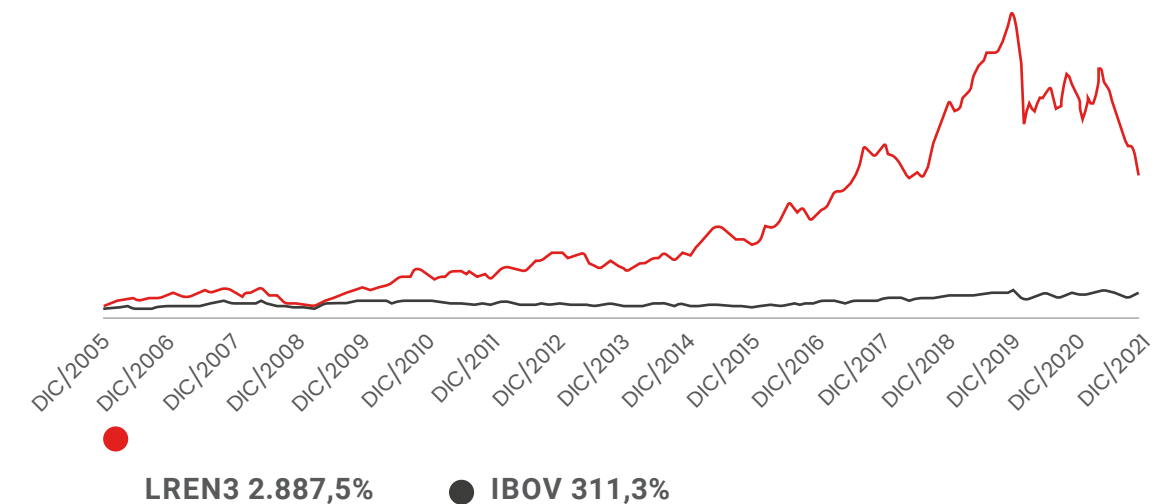
* Con el Presidente ocupando interinamente, en noviembre, el cargo de CFO y DRI, pasamos a tener cuatro ejecutivos en la Dirección, elevando el porcentual que solía ser del 40%.

● desempeño de las acciones

GRI 2-1, 201-1

Nuestras acciones LREN3, negociadas en B3, cerraron el año cotizadas a R\$ 24,44, sumando R\$ 24 mil millones de valor de mercado. En total, fueron 7,6 millones de negocios en el año, 2,4 mil millones de activos movidos y R\$ 367,8 millones de volumen medio diario negociado.

En 2021, distribuimos R\$ 387,9 millones a los accionistas como Intereses sobre Capital Propio, con 1,8% de dividend yield (con base en el precio de la acción al 30/12/2021) y 61,3% de payout. Desde 2005, las acciones acumulan una valorización de 2.887,5%.



También negociamos *American Depositary Receipt* (ADRs), bajo el código **LRENY**, en el mercado norteamericano OTC US, con **11,6 millones de recibos** emitidos a fines de 2021.

Órganos de la estructura de gobernanza

Los papeles y responsabilidades de cada órgano de la estructura de gobernanza son definidos en el Estatuto Social de la Compañía y se rigen por los respectivos Reglamentos Internos. Otras políticas y normas también disciplinan la actuación de los consejeros, que son evaluados anualmente. Conozca más sobre el Estatuto, Reglamentos y Políticas consultando los documentos, en nuestro sitio *web* de RI: <https://bit.ly/3664lbz>

● **asamblea general de accionistas**

La Asamblea General de Accionistas es el órgano social de la compañía, compuesto por todos sus accionistas. En 2021, realizamos dos asambleas, exclusivamente virtuales, buscando la preservación de la salud de nuestros accionistas y colaboradores ante la pandemia, donde pudimos observar el compromiso de los accionistas con el negocio y con las nuevas formas de participación.

La Asamblea General Ordinaria contó con la participación de 774 accionistas, representando el 64,3% del Capital Social de la Compañía. Entre las pautas de la AGO, estaban la aprobación de las cuentas de 2020, la distribución de dividendos, la elección de los miembros del Consejo de Administración y Fiscal y la remuneración de los Administradores. Todos los temas fueron aprobados.

En cuanto a la Asamblea General Extraordinaria, contó con la participación de 915 accionistas, representando el 67,75% del Capital Social de la Compañía. Entre las pautas aprobadas están:

- Aumento del Capital Social por valor de R\$ 1,230 mil millones, a través de la incorporación de parte de Reservas de Capital y de Beneficios, con bonificación de acciones a los accionistas en la proporción de 1 nueva acción por cada 10 acciones existentes.
- Aumento del capital social autorizado, en la misma proporción de la bonificación de acciones (10 %)
- Modificaciones y consolidación del Estatuto Social, destacando la ampliación del objeto social de la Compañía, a fin de reflejar los nuevos frentes de negocio actual-

mente en desarrollo y que se encuentran en el contexto del ecosistema de moda y *lifestyle* de Lojas Renner S.A. y la optimización de la distribución de competencias entre Dirección y Consejo de Administración.

La propuesta para un nuevo plan de incentivo de largo plazo, con acciones de desempeño, restringidas y *matching*, no fue aprobada por los accionistas. De esta forma, continúan vigentes los dos planes actuales de la Compañía: Plan de Opción de Compra de Acciones y Plan de Acciones Restringidas.

● **consejo de administración**

Nuestro Consejo de Administración está formado por ocho miembros electos individualmente, en Asamblea General, con mandato de un año y reelección permitida, con formaciones específicas para asegurar una visión diversificada y abarcadora de las externalidades, riesgos y oportunidades que pueden impactar nuestro modelo de negocio.

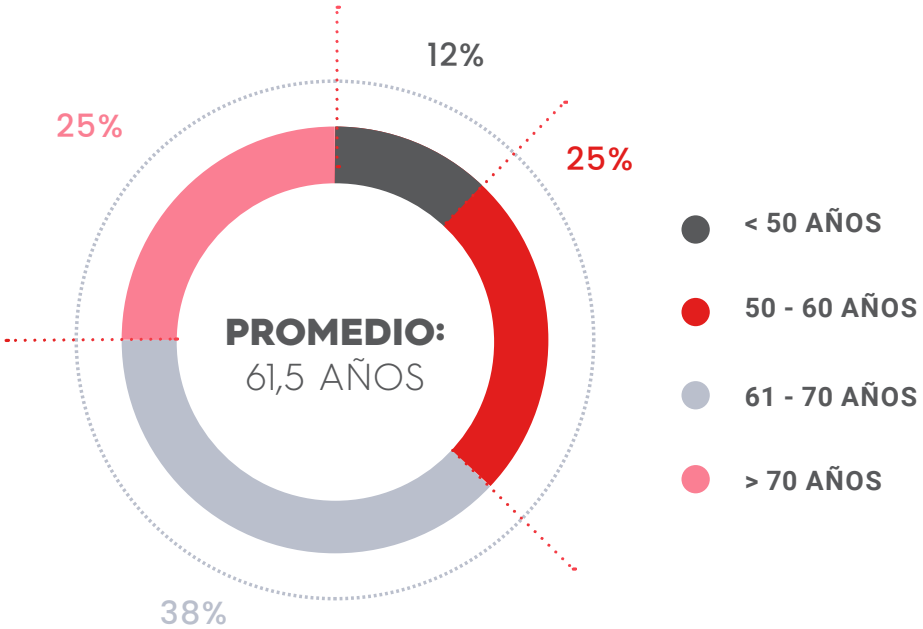
Ninguno de los miembros ejerce función ejecutiva en Lojas Renner S.A., siendo remunerados exclusivamente por sus actividades como consejeros y miembros de los Comités de Asesoría.

Conozca el Reglamento del Consejo y la experiencia detallada de cada miembro en el sitio *web* de Relaciones con Inversionistas: <https://bit.ly/3gpm7N9> e <https://bit.ly/3osxLcN>

● **COMPOSICIÓN DEL CONSEJO EN 2021**

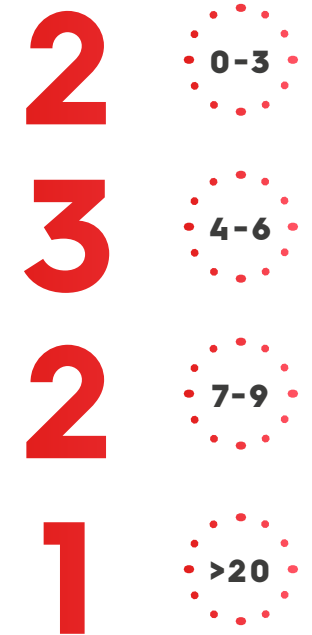
GRI 2-9, 405-1

EDAD

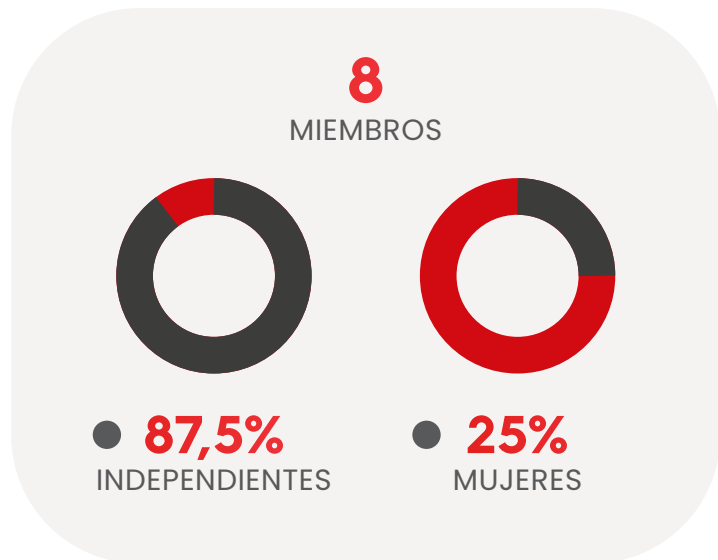


MANDATOS

miembros mandatos



COMPOSICIÓN



Alineada a las mejores prácticas mundiales de gobernanza y valorizando la importancia de la diversidad de género, de acuerdo con nuestra Política de Indicación de Administradores, somos signatarios desde 2020, de Women on Board (WOB), comprometiéndonos a mantener dos mujeres en el Consejo de Administración, lo que ya teníamos como práctica. WOB es una iniciativa independiente, apoyada por ONU Mujeres, que tiene como objetivo reconocer, valorizar y divulgar la existencia de ambientes corporativos con la presencia de mujeres en Consejos de Administración, para demostrarles los beneficios de esta diversidad al mundo empresarial y a la sociedad.

● **COMPETENCIAS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

La matriz siguiente incluye las habilidades y calificaciones de los Consejeros de Administración de Lojas Renner S.A.



ASESORÍA

GRI 2-17

El Consejo de Administración es asesorado por cuatro Comités de Administración:

COMITÉ DE PERSONAS

Desde el 2005, asiste al Consejo de Administración en el establecimiento de los términos de la remuneración y de los demás beneficios y pagos a ser recibidos bajo cualquier título de la Compañía por Directores y Consejeros, teniendo como base las metas de desempeño establecidas por el Consejo de Administración. En 2021, el Comité se reunió ocho veces, con 100% de asistencia promedio de los miembros.

COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

Desde 2008, asesora al Consejo en el establecimiento de directrices y principios relativos al desarrollo sostenible en los pilares social, ambiental, económico y dentro de las mejores prácticas de gobernanza corporativa. En 2021, el Comité se reunió cuatro veces, con 100% de asistencia promedio de los miembros.

COMITÉ DE AUDITORÍA Y GESTIÓN DE RIESGOS

Desde 2012, ejerce funciones consultivas al consejo sobre el cumplimiento de sus responsabilidades de supervisión por el monitoreo de la integridad de los procesos de los estados contables y siste-

mas de controles internos de la compañía, revisando y evaluando la independencia y el desempeño de los auditores independientes, así como también de los auditores internos. El Comité también revisa las áreas de riesgos significativos y monitorea el cumplimiento de los requerimientos legales y regulatorios. En 2021, el Comité se reunió nueve veces, con 100% de asistencia promedio de los miembros.

COMITÉ ESTRATÉGICO

Desde 2014, ayuda al Consejo de Administración en la aprobación y seguimiento de la ejecución de los planes estratégicos, proyectos de expansión y programas de inversión de la compañía. En 2021, el Comité se reunió siete veces, con 100% de asistencia.

Conozca el Reglamento de los Comités y la composición de los órganos en: <https://bit.ly/3gpm7N9> y <https://bit.ly/3osxLcN>

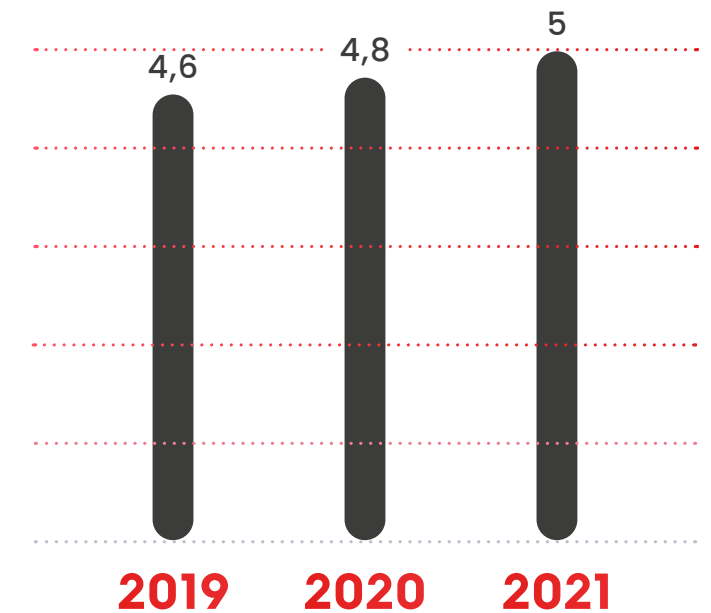
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

GRI 2-18

Desde 2009, realizamos anualmente la evaluación formal del desempeño, conducida por una consultora externa especializada, de los miembros del Consejo de Administración, de su Presidencia, su dinámica y de los Comités de asesoría, siguiendo las buenas prácticas de gobernanza corporativo y buscando el perfeccionamiento continuo de los órganos.

De acuerdo con el resultado de la evaluación, en general, el Consejo de Administración de la Compañía es percibido con un alto nivel de efectividad en el cumplimiento de su papel, contando con una actuación efectiva en diferentes dimensiones, volviéndose consistente en la ejecución de buenas prácticas de gobernanza y en el soporte al direccionamiento de la organización.

EVOLUCIÓN DE LA NOTA DEL CONSEJO EN LA EVALUACIÓN (1 A 6)



Incluso con el desempeño efectivo, los resultados de la evaluación permitieron identificar oportunidades de mejora y algunos planes de acción a ser trazados para la búsqueda continua del perfeccionamiento del Órgano, siguiendo siempre las buenas prácticas de gobernanza corporativa.

Ver más en el Manual para Participación de Accionistas en Asamblea – AGO 2022, página 14: <https://bit.ly/3D7X9Nw>

● consejo fiscal

El Consejo Fiscal (CF) es un órgano independiente de la Administración y de la Auditoría Externa de la Compañía, pues tiene como responsabilidad principal fiscalizar los actos de los administradores y analizar los estados contables, reportando sus observaciones a los accionistas. Nuestro CF es permanente, compuesto por tres a cinco miembros, electos anualmente en Asamblea General, con mandato de un año y reelección permitida. Conozca el Reglamento del Consejo Fiscal y la experiencia detallada de cada miembro: <https://bit.ly/3kgBgD8> y <https://bit.ly/3osxLcN>

● dirección

La Dirección Estatutaria es responsable de la administración cotidiana de la Compañía y por la implementación de las políticas y directrices generales establecidas por el Consejo de Administración, además de la ejecución del plan de negocios elaborado de acuerdo con las directrices estratégicas. Nuestros directores, electos por el Consejo de Administración para un mandato de dos años y reelección permitida, son escogidos con base en sus experiencias profesionales y alineamiento a los valores corporativos de Lojas Renner S.A., ejerciendo el papel de líderes para conducir a los equipos en sus áreas de actuación.

En el plan estructurado de sucesión, en 2021, la Directora de Gente y Desarrollo, Sra. Clarice Costa, después de 29 años en la Compañía, dejó el cargo por jubilación y dedicación a nuevos proyectos, asumiendo la Sra. Regina Durante como Directora de Gente y Sostenibilidad. También en 2021, el Director Presidente, Sr. Fabio Faccio, asumió interinamente la Dirección Administrativa y Financiera y de Relaciones con Inversionistas, con la renuncia, en noviembre, del Sr. Álvaro Azevedo. En enero de 2022 fue electo como CFO y DRI el Sr. Daniel Martins dos Santos.

La Dirección es asesorada por diversos comités de gestión, que contribuyen para profundizar las discusiones de temas estratégicos y asisten en la toma de decisión. Conozca el Reglamento de la Dirección y

la experiencia detallada de cada miembro: <https://bit.ly/3vgufse> y <https://bit.ly/3osxLcN>

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

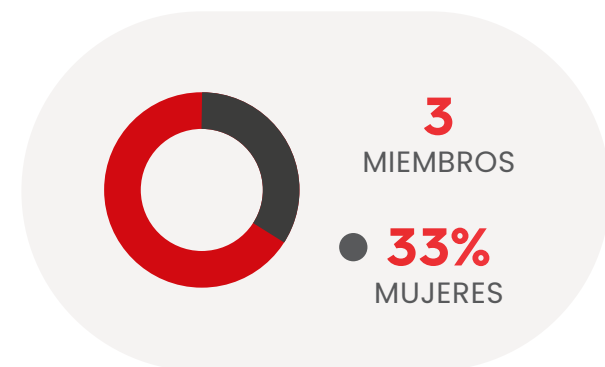
Realizamos anualmente la evaluación formal del desempeño de la Dirección Ejecutiva, conducida por una consultora externa especializada. El Director Presidente es evaluado por el Comité de Personas y por el Presidente del Consejo de Administración, y evalúa, anualmente, a cada director, basado en competencias organizativas, estratégicas y funcionales. Los resultados son reportados al Comité, que lleva el reporte al Consejo de Administración. La evaluación también sirve como insumo para que el ejecutivo reciba acciones de la Compañía como parte de su remuneración, tal como se presenta a continuación.

● COMPOSICIÓN DEL CONSEJO EN 2021

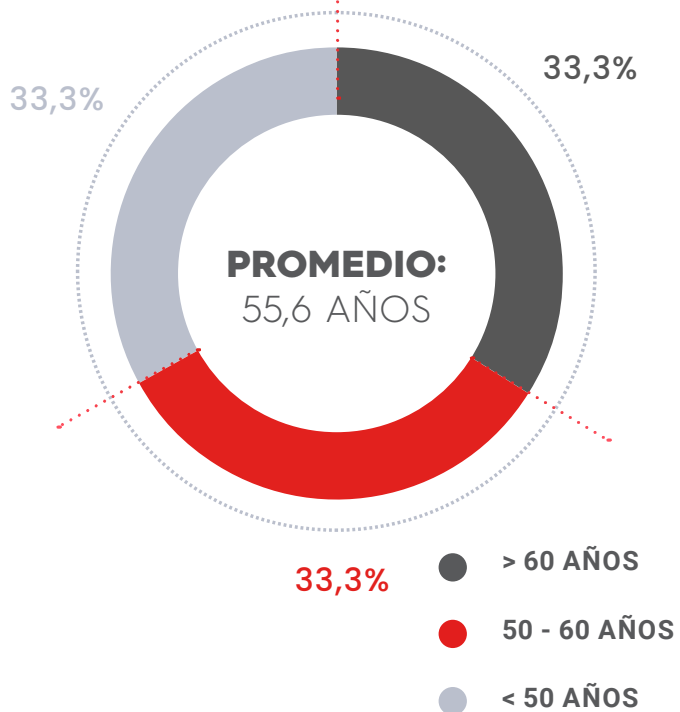
MANDATOS



COMPOSICIÓN



EDAD



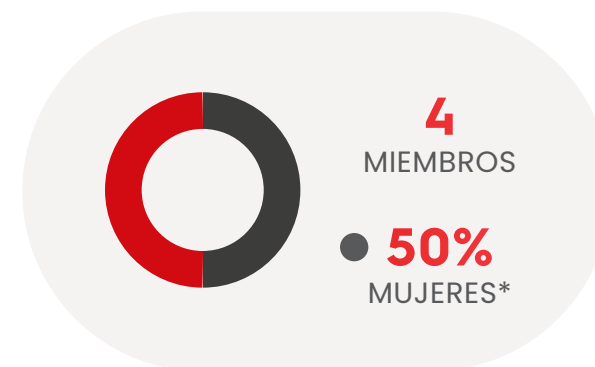
● COMPOSICIÓN DE LA DIRECCIÓN EN 2021

GRI 405-1

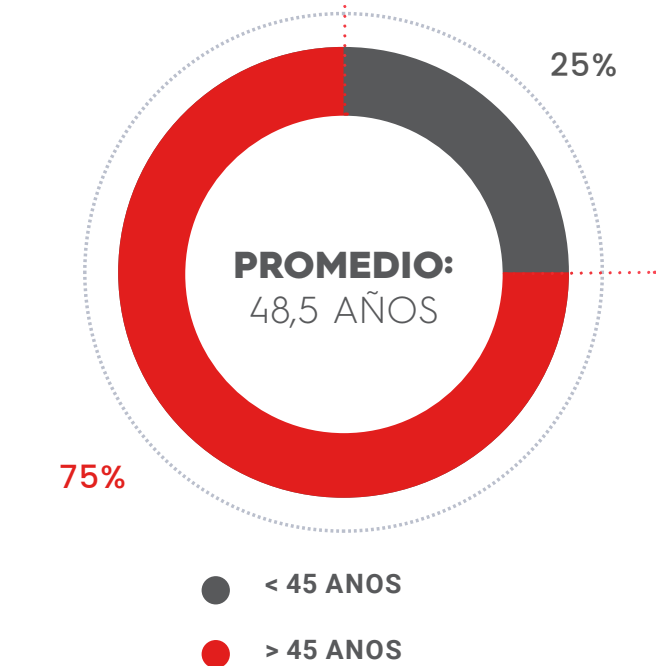
MANDATOS



COMPOSICIÓN



EDAD



* Con la posición de CFO y DRI ocupada interinamente por el Presidente, el total de miembros que era de 5 pasó para 4, elevando el porcentual de mujeres que, en los últimos años era del 40% (dos de los cinco miembros).

remuneración

GRI 2-19, 2-20

Nuestro sistema de remuneración del alto liderazgo tiene como objetivo promover la creación de valor sostenible y de largo plazo, a partir de la definición de remuneración variable a los ejecutivos relacionada al cumplimiento de las metas de la Compañía e Individuales, garantizando el compromiso necesario del alto liderazgo con avance también en frentes no directamente relacionados al resultado financiero de la Compañía.

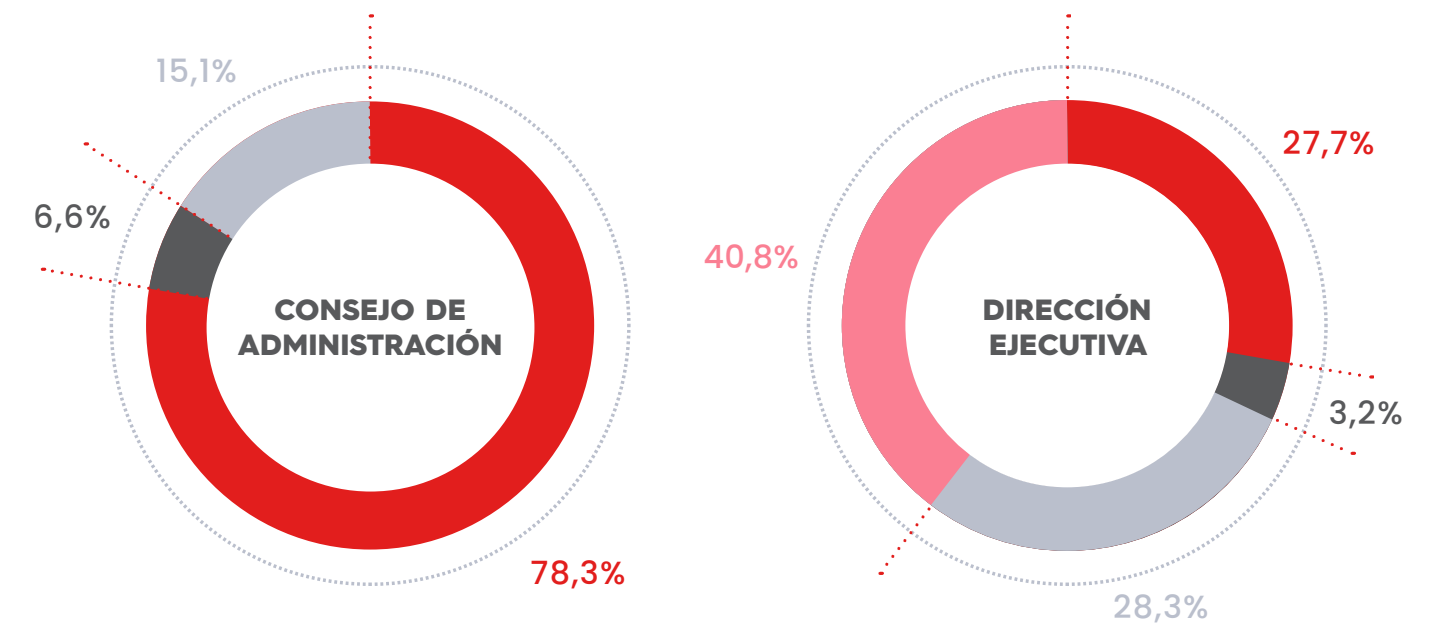
A partir de 2021, la remuneración de la Dirección pasó a estar relacionada a metas ESG, con monitoreo semestral de indicadores de resultados. Las métricas de la remuneración están relacionadas a los compromisos públicos asumidos para 2021 en los temas relativos a cambios climáticos, conformidad socioambiental de proveedores y productos menos impactantes.

La Dirección también cuenta con el Plan de Opción de Compra de Acciones y Acciones Restringidas, que les concede acciones de la Compañía y, por lo tanto, profundiza su conexión con el negocio: si la buena gestión genera buen desempeño, los negocios crecen, las acciones se valorizan y los Ejecutivos tienen mayor rendimiento, apoyando la retención de los ejecutivos y alineando sus intereses a los de los accionistas y a la creación de valor a largo plazo.

Las acciones del Plan solo son concedidas a los ejecutivos en los años en que la Compañía haya alcanzado, en el año inmediatamente anterior, beneficios suficientes para permitir la distribución de los dividendos obligatorios a los accionistas. Además de esto, para la definición del monto de acciones, cada ejecutivo es evaluado por una composición de objetivos, medidos a través de metas corporativas, individuales y nivel de adhesión a los principios y valores de la Compañía.

El Consejo de Administración, a su vez, posee solamente remuneración fija (remuneración y participación en comités).

Conozca información detallada sobre nuestra política de remuneración en el ítem 13 del [Formulario de Referencia](#) y del [Manual de la AGO 2022](#).



● **R\$ 15,3 MILLONES**
DISTRIBUIDOS ENTRE:

- **R\$ 12,0 MILLONES**
Remuneración Fija
- **R\$ 1,0 MILLÓN**
Plan de Opción de Compra de Acciones y Acciones Restringidas
- **R\$ 2,3 MILLONES**
Remuneración por la participación en comités

● **R\$ 23,9 MILLONES**
DISTRIBUIDOS ENTRE:

- **R\$ 6,6 MILLONES**
Remuneración Fija
- **R\$ 762,8 MIL**
Beneficios
- **R\$ 6,7 MILLONES**
Remuneración variable (relacionada a las metas de la Compañía e individuales)
- **R\$ 9,8 MILLONES**
Remuneración basada en acciones (refuerzo a la retención, tiene como objetivo alinear intereses de los ejecutivos a los de los accionistas en la creación de valor de forma sostenible a largo plazo)

gestión de riesgos

GRI 308-2, 408-1, 409-1, 411-1, 414-1, 414-2 | SASB CG-AA-440a.1 | TCFD

Cumplimos las mejores prácticas nacionales e internacionales, para la gestión eficiente de los riesgos del negocio, reforzando nuestra cultura de ética, transparencia y gobernanza responsable, con una estructura sólida, que se presenta a continuación:

● POLÍTICAS DE GESTIÓN PARA CONTROL DE LOS RIESGOS

- Política de Gobernanza Corporativa, 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 Privacidad y Protección de Datos
- Política de Atención y CRM
- Código de Conducta para Colaboradores
- Código de Conducta para Proveedores
- Política de Sostenibilidad

IDENTIFICAR, EVALUAR Y MEDIR

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 ese riesgo también cuenta con el apoyo de distintas 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 comunican al Comité de Auditoría y Gestión de Riesgos y a la administración.

Conozca las políticas en: <https://bit.ly/3ELTia1>

riesgos monitoreados

GRI 2-25 | CG-AA-440a.1

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 se torna de conocimiento público.

RIESGOS SOCIOAMBIENTALES

Impactos socioambientales negativos a lo largo del ciclo de vida de los productos, que involucran una red compuesta por múltiples actores, que pueden impactar negativamente a la Compañía, sus públicos de relación y la sociedad de manera general. En esta categoría también se insertan los riesgos climáticos (conozca más sobre las iniciativas de mitigación en la pág. 64 y conozca detalles sobre los riesgos socioambientales en la cadena en la pg. 33 de nuestro informe del año anterior: <https://bit.ly/3KbB3MP>).

● riesgos emergentes

PANDEMIAS

Impacto: posibles futuras pandemias, como la vivida a partir de 2020, pueden tener un impacto significativo en la economía global y, por tanto, en los resultados de nuestros negocios y en nuestra capacidad de generar ingresos crecientes. Además de esto, las pandemias también pueden impactar la salud física y psicológica de nuestros colaboradores, así como su seguridad en el trabajo.

Mitigación: desde el punto de vista económico, estamos continuamente desarrollando nuevas soluciones para seguir encantando a nuestros clientes, siguiendo e innovando, frente a sus cambios de hábitos de consumo (conozca más sobre estas acciones en la pág. 10). Desde el punto de vista de la salud y seguridad de nuestros colaboradores, trabajamos con un frente médico dedicado al tema, con acciones de prevención, pero también de promoción de bienestar, calidad de vida y salud física y psicológica (conozca más sobre estas acciones en la pág. 42).

CIBERSEGURIDAD

Impacto: posibles ataques cibernéticos pueden resultar en fuga de informaciones confidenciales, fraudes, indisponibilidades de sistemas, secuestro de datos y daños a la Compañía, tanto en reputación como en incumplimiento de las leyes.

Mitigación: tenemos una estrategia y estructura sólida de ciberseguridad y seguridad de la información, cumplimos plenamente la Ley General de Protección de Datos y promovemos continuamente una cultura de seguridad junto a nuestros colaboradores y asociados (conozca más sobre estas acciones en la pág. 42).

● cultura de gestión de riesgos

Nuestra Dirección de Riesgos trabaja cercana a las áreas del negocio, dando apoyo consultivo a la identificación, prevención y tratamiento de los principales riesgos y, también, promoviendo la concientización de las áreas, sobre una cultura preventiva de gestión de los riesgos. Los equipos de Gestión de Riesgos y Auditoría Interna apoyan a las áreas en la identificación de los principales riesgos ordinarios y extraordinarios, así como también la estructurar e implementar los planes de acción para la mitigación de los riesgos, trabajando junto a las áreas de negocio, identificando riesgos que generaron centenas de planes de acción.

Periódicamente, realizamos el proceso de integración para los colaboradores con cargo de liderazgo, abarcando temas pertinentes a la gestión de riesgo, fortaleciendo la cultura preventiva de la Compañía. Con la cercanía de las áreas, también abrimos espacio para *feedbacks* y mejora continua. Anualmente, todas las Direcciones deben presentar sus principales riesgos y preocupaciones significativas que alimentan la estrategia de actuación del Comité de Auditoría para la gestión de los riesgos ordinarios.

A lo largo de 2021, continuamos con implementaciones de herramientas y mejoras de proceso, como una plataforma externa de privacidad de datos personales, referente a nuestro compromiso frente a los principios de la LGPD, y una herramienta externa de gestión de la seguridad de la información, trayendo datos relevantes para acciones internas y junto a nuestros asociados.

derechos humanos

gestión

GRI 2-23, 2-24, 412-1

códigos de conducta

Desde 1995, contamos con el Código de Conducta y, desde 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.

Todos los colaboradores deben leer y declarar conocer el Código en el momento de su contratación, o siempre que el documento sea actualizado, y también cuentan con capacitaciones sobre el Código en la Universidad Renner. También los proveedores declaran conocer el Código en el momento de su contratación, deben divulgar la publicación a sus colaboradores, y reciben continuamente contenidos y capacitaciones sobre el tema.

Todos los años, trabajamos la capacitación y el capacitación de nuestros colaboradores sobre nuestro Código de Conducta, políticas corporativas y prácticas anticorrupción, además de trabajar continuamente, por medio de la comunicación, la concientización y sensibilización sobre los temas.

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

Desde 2016, presenta el compromiso de Lojas Renner S.A. con el desarrollo sostenible, orientando la gestión, los valores y el posicionamiento de la Compañía y toda su cadena de valor y partes interesadas: de los productores de materia prima, hasta los actores involucrados en el posconsumo.

POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS

Desde 2020, formaliza y difunde nuestro compromiso con la promoción del respeto a los Derechos Humanos, estableciendo los principios orientadores que deben guiar las actividades y relaciones de la Compañía en toda la cadena de valor del negocio.

POLÍTICA ANTICORRUPCIÓN

Desde 2014, explicita prácticas y principios a ser seguidos por colaboradores, asociados y terceros para el combate a la corrupción y al fraude, especificando herramientas, señales de alerta, actos intolerables, sanciones y medidas disciplinarias y los órganos responsables del monitoreo de su cumplimiento. No identificamos, en 2021, operaciones con alto riesgo de corrupción.

MEJORES PRÁCTICAS GLOBALES ORIENTADORAS DE LAS POLÍTICAS DE GESTIÓN



- Objetivos del Desarrollo Sostenible de la ONU
- Principios Orientados 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 los Derechos Civiles y Políticos y Pacto Internacional sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales
- Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas.



- Directrices para Multinacionales de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).



- Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre los principios y derechos fundamentales en el trabajo.



- Pacto Nacional por la Erradicación del Trabajo Esclavo (Instituto InPACTO), del cual somos signatarios.

promoción de los derechos humanos

GRI 2-25

Tenemos un compromiso con la preservación y el respeto a los Derechos Humanos, y seguimos trabajando intensamente para identificar los riesgos de violaciones en nuestras operaciones y cadena de valor, mitigarlos y remediar los posibles impactos causados.

Además del Comité de Ética y de *Compliance* (conozca más en <https://bit.ly/3jE4I5R>), contamos con un Grupo de trabajo de Derechos Humanos multidisciplinario, enfocado en articular las acciones necesarias para mitigar y tratar los riesgos identificados y el Comité Plural, multidisciplinario, dirigido a desarrollar y poner en práctica iniciativas estratégicas para promoción de la diversidad e inclusión, además del Grupo de Trabajo Plural, diverso, responsable de ser apoyo consultivo a las acciones del programa de diversidad.

Entre 2019 y 2020, condujimos un importante proceso de diligencia de impactos de nuestra cadena en los Derechos Humanos, que identificó 12 principales riesgos prioritarios, siendo los principales:

- Discriminación entre colaboradores.
- Fraude, corrupción y violaciones laborales en la cadena de Proveedores de Reventa internacional.
- Daños al medio ambiente en el proceso productivo.

En 2022, revisaremos la matriz de riesgos con una nueva diligencia considerando todos los nuevos aspectos del negocio. Conozca en los subcapítulos a continuación nuestras iniciativas para gestionar y mitigar estos riesgos y, en nuestro Informe Anual 2020, detalles sobre la diligencia: <https://bit.ly/3Hc3ed2>



Productor de algodón agroforestal: cultivo que respeta la comunidad y el medio ambiente.

Seguimos ampliando el alcance de las auditorías de conformidad junto a los Proveedores de Reventa internacionales (conozca más en la pág. 49), de los programas de desarrollo de prácticas de sostenibilidad en la cadena productiva (conozca más en la pág. 78), de nuestro programa de conformidad (conozca más en la pág. 49) y de la promoción de la diversidad, igualdad y combate a la discriminación (conozca más en la pág. 39).

denuncias

GRI 2-25, 2-26

Para apoyar nuestros Programas de Ética, de Protección a los Derechos Humanos en la Operación y Cadena de Suministro, y el respeto a nuestras políticas y principios, suministramos, a toda la sociedad, proveedores, clientes, colaboradores un canal de denuncias corporativo, que atiende, de manera unificada, a todas las empresas del Grupo.

Cualquier persona puede hacer reclamos o denuncias al canal, que es operado por empresa especializada e independiente, está disponible 24 horas por día y ofrece garantía de secreto, confidencialidad y seguimiento de las tratativas. La gestión independiente y subcontratada apoya la independencia del canal y la seguridad al denunciante, además de posibilitar mayor acogimiento, a partir de un equipo de psicólogos que recibe la denuncia y da la correspondiente derivación.

Canal: 0800 900 9091 o
<https://contatoseguro.com.br/lojasrennera>
 (en portugués, inglés y español)

Divulgamos el canal públicamente en nuestro sitio *web* y a los colaboradores y proveedores en la contratación, en *workshops* y e-mails. Entre los proveedores de reventa y de construcción civil, también exigimos la divulgación del canal a sus colaboradores y contratados, por medio de carteles en áreas de circulación de trabajo. Verificamos, en las visitas técnicas, si hay el código de conducta Renner en la empresa y si fue difundido debidamente.

En 2021, en los planes de acción para tratativa de los casos de violación, las principales medidas fueron: avances en procedimientos, infraestructura, normas, advertencias, despidos, cierre de relaciones comerciales, suspensiones y transferencias.

combate a la discriminación

Considerando el escenario del año y los riesgos identificados en la matriz, priorizamos el riesgo de discriminación y creamos iniciativas, incluyendo a nuestros públicos interno y externo, para la gestión del tema en dos frentes: la tolerancia cero a la discriminación y acoso y el combate a la violencia doméstica. Para esto, movilizamos una *squad* multidisciplinaria para promover las acciones relacionadas a los dos temas, y con entregables en las áreas de procesos, sensibilización, capacitación, mitigación y medidas correctivas.

En 2021, seguimos promoviendo la capacitación para colaboradores y liderazgos sobre asuntos relevantes al tema y concluimos otras acciones importantes en el frente de tolerancia cero a la discriminación y acoso. Gerentes regionales, coordinadores de RR.HH. y colaboradores de equipos involucrados en casos de acoso o discriminación pasaron por capacitación específica por empresa especializada. Estandarizamos y formalizamos los procesos de investigación y tratativa para las denuncias, revisamos los protocolos prácticos de acción en casos de discriminación y acoso, las medidas correctivas para agresores y el plan de remediación a las víctimas y centralizamos en el Compliance Corporativo el registro de los incidentes en tienda, involucrando agresión física, acoso, discriminación y *bullying* entre colaboradores y clientes.

También avanzamos y promovemos sensibilizaciones y capacitaciones sobre violencia doméstica e implementamos, con el apoyo la empresa asociada especializada, el "Em Frente", un canal de acogimiento a las víctimas. El canal es de libre acceso a los colaboradores de Lojas Renner S.A. de todos los niveles jerárquicos en situación de violencia física, psicológica, moral, patrimonial y sexual dentro del ámbito intrafamiliar.

diversidad e inclusión

GRI 2-23

Plural, creado en 2020, es el Programa que orienta nuestra estrategia de diversidad e inclusión (conozca más sobre el programa en nuestro Informe Anual 2020: <https://bit.ly/3Hc3ed2>).

En 2021, trabajamos la difusión del Plural en la Compañía, con la divulgación de video manifiesto, la publicación de nuestra Guía de Diversidad para colaboradores, comunicaciones y eventos temáticos a lo largo del año, comunicación y sensibilización sobre diversidad para los proveedores y capacitaciones sobre diversidad, discriminación y raza para colaboradores y alto liderazgo.

También iniciamos pilotos para ampliar la inclusión en los procesos de Atracción & Selección, siendo los principales:

- Programa de Pasantía y Trainee con aspectos de diversidad en todas las fases.
- Procesos de selección con entrevistas a ciegas.
- Prueba con datos en la plataforma de reclutamiento para la mejora en la base de datos de diversidad.
- Participación en feria de atracción de (PCDs).



Los colaboradores fueron modelos de en la campaña Pride.

Formamos parte de una red relevante de promoción de la diversidad y combate a la discriminación:

- signatarios del Fórum de Empresas y Derechos LGBTI+.
- asociados a la Alianza LGBTI+.
- apoyadores de los Principios de Empoderamiento de las Mujeres, de ONU Mujeres
- signatarios de MOVER (Movimiento por la Equidad Racial)
- miembros de la Coalición Empresarial por el Fin de la Violencia Contra Mujeres y Niñas
- Instituto identidades de Brasil ID_BR.

equidad de género

40



Todas Avancen Juntas es una campaña que promueve el empoderamiento femenino.

Tenemos un equipo compuesto por más del 64 % de mujeres en los últimos años y prácticamente el mismo nivel en los cargos de liderazgo, con presencia de mujeres también en carreras tradicionalmente masculinas, como ingeniería y logística.

Desde el punto de vista externo, entendemos que tenemos un gran potencial de contribución social a la igualdad de género a partir del apoyo del Instituto Lojas Renner a los proyectos de espíritu emprendedor de mujeres en la cadena de la moda (conozca más en la página 57).

Por medio del Movimiento Todas Avancen Juntas, buscamos concientizar y comprometer a los clientes en

la causa del empoderamiento de la mujer, lanzando productos y comunicaciones dirigidas al tema y promoviendo campañas que revierten una parte de la facturación neta de las ventas de todas las tiendas y *e-commerce* de Renner, Youcom, Ashua y Camicado para el Instituto y, consecuentemente, para el empoderamiento de las mujeres beneficiadas. En sus 13 años, el Movimiento recaudó y destinó a los proyectos beneficiados por el Instituto cerca de R\$ 23 millones.

En 2021, también creamos el cambio solidario, en que nuestros clientes pueden donar el cambio de sus compras para el Instituto Lojas Renner.

En el 2021 conquistamos diversos reconocimientos en los *rankings* y premiaciones que evalúan las prácticas empresariales para promoción de la equidad de género:



Destaque en la categoría mujeres de la Guía Examen de Diversidad.



1º Lugar Premio WEPs Brasil - Empresas Empoderando Mujeres - en la categoría gran tamaño - bronce.



1º lugar en el *Ranking* Ibevar en la lista de mayor participación de mujeres en altos cargos de Liderazgo.



3º lugar del sector en el Premio Mujeres en el Liderazgo.



Campaña Primavera Verano Ashua.

diversidad en los productos

Trabajamos con grades extendidas de tamaño en la marca Ashua, especializada en *curve & plus size*, y realizamos en todas nuestras marcas pruebas de modelado en diferentes cuerpos, para garantizar productos de calidad para todos los estilos.

Después de un trabajo intenso para desarrollar una tabla de tamaños que tiene en cuenta más de cuarenta medidas y no solamente las primarias, como busto, cintura y cadera, en 2021 innovamos usando tecnología 3D para desarrollar maniqués físicos proyectados a partir del escaneado de cuerpos reales. El objetivo es entregarles a los clientes piezas más ergonómicas y fieles al biotipo de los brasileños y brasileñas.

A partir del uso exhaustivo por el equipo interno y proveedores, y de los ajustes realizados, serán fabricados, de manera inédita, 14 estándares de maniqués físicos, todos proyectados a partir del escaneado corporal digital y con variaciones de tamaños que van del infantil hasta el *plus size*.

seguridad de la información

42

gestión

La seguridad de la información es uno de los pilares del negocio, forma parte de los compromisos fundamentales del Código de Conducta y cuenta con el involucramiento directo del Consejo de Administración en la gestión, aprobando y validando la estrategia que orienta nuestra gestión sólida del tema:

- Dos áreas estructuradas dirigidas para el tema ciberseguridad en la Compañía:

1. Área de Seguridad de la Información, de la Dirección de TI.
2. Área de Compliance Corporativo, de la Dirección de Riesgos.

- Comité Corporativo de Riesgos Cibernéticos y Fraude, multidisciplinario, con interfaz con el Consejo de Administración.

- Miembro del Consejo – Christiane Edington con experiencia en Tecnología de la Información.

- Estructura de directrices compuesta por 3 políticas y 21 normas, así como TAMBIÉN manuales detallando los procesos para garantizar la seguridad de la información, la protección de datos, la gestión de riesgos e incidentes y la continuidad del negocio.

- Política de Privacidad y de Protección de Datos Personales de Lojas Renner S.A., que rige las directrices y condiciones generales de recogida, uso, almacenamiento, tratamiento y protección de datos en los sitios *web*, plataformas y aplicaciones de Internet, en conformidad con la legislación. Acceda en: <https://bit.ly/3g2QJov>

En 2021, seguimos evolucionando con canales específicos para el cumplimiento de los derechos previstos en la Ley General de Protección de Datos (LGPD): implementamos centrales de privacidad para las marcas Renner, Camicado y Youcom, con una plataforma para gestión de privacidad, que opera todos los aspectos relacionados al tema, como el ciclo de vida del dato personal, el inventario de tratamientos de datos personales, políticas de privacidad, consentimientos, finalidades de uso, entre otros.

Reflejo de la evolución y solidez de nuestra gestión, en el 2021, fuimos evaluados como nivel A y puntuación 93 en el Security Score Card, herramienta que monitorea el nivel de madurez de la seguridad cibernética de las empresas en todo el mundo, 1º lugar del sector en Brasil.

protección

Tenemos diversos procesos para proteger a la Compañía del riesgo de ataques e intrusiones por *hackers* (o *crackers*), con macroestructuras de operación ancladas en empresas asociadas especializadas:

- *Security Operation Center* dirigido a la protección del perímetro de Internet, ambiente interno y sistemas, correlación de eventos y respuesta a incidentes.
- *Security Tools*: adoptamos herramientas modernas, líderes de mercado que protegen el ambiente tecnológico de amenazas cibernéticas.
- Tenemos un equipo dirigido al *Ethical Hacking*, con pruebas de intrusión en nuestro ambiente con recurrencia programada en calendario mensual.
- *Brand Protection*, dirigido al monitoreo de las principales marcas de Lojas Renner S.A. en Internet.

Contamos con un equipo que gestiona las vulnerabilidades técnicas y con cobertura de un seguro cibernético.

En 2021, adquirimos una herramienta que nos permite monitorear el nivel de riesgos cibernéticos externos a la Compañía y asociados que prestan servicios e invertimos fuertemente en mecanismos de protección de perímetro y de protección de dispositivos de nuestro ambiente.

En 2021, no hubo ningún caso de reclamo de pérdida de datos o violación de la privacidad de los clientes, recibida de órganos reguladores o de otros *stakeholders*.

RESPUESTA A INCIDENTES E INTERRUPCIONES

Tenemos una Política y un proceso formal de Gestión de Continuidad de Negocios (GCN), por medio del cual realizamos el relevamiento de los riesgos de parada operativa (parcial o total) y el Análisis de Impacto de Negocios (BIA). A partir de este escenario, definimos las estrategias en el Plan de Continuidad Operativo (PCO) para los procesos, y contamos con un Plan de Recuperación de Desastres (DRP) para todos los sistemas clasificados como vitales y críticos en la BIA. Para garantizar la eficiencia de este proceso, realizamos pruebas anuales de los PCOs y semestrales del DRP y capacitaciones para respuesta a incidentes.

En el año, sufrimos un ataque cibernético que llevó a la inestabilidad del sistema, así como también a la indisponibilidad de nuestras operaciones digitales por algunos días. En ese sentido, nuestros equipos y asociados actuaron de forma muy diligente y el incidente nos mostró la relevancia de tener este riesgo identificado y nuestros equipos siempre preparados y los planes de protección y recuperación de negocios actualizados.

GESTIÓN DE IDENTIDADES Y ACCESOS

Tenemos una plataforma de gestión de las identidades y accesos de los colaboradores y empresas asociadas que cubre los sistemas más relevantes y la gran mayoría de las cuentas de acceso. También tenemos un proceso de homologación de asociados, donde evaluamos los requisitos de seguridad de la información de los que accederán a datos sensibles o confidenciales de Lojas Renner y hacemos, semestralmente, el seguimiento de los riesgos cibernéticos de los principales asociados.

PROTECCIÓN DE LOS DATOS DE LOS CLIENTES

Temos grande foco na proteção dos dados dos clientes. Contamos com uma área dedicada, com profissionais especialistas e fornecedores renomados com atuação integral (24 horas por dia e 7 dias por semana) e adotamos uma estratégia multicamadas com diversos controles e ferramentas. Somos recertificados anualmente no Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS) desde 2012, padrão das bandeiras para proteção de dados de cartões de crédito e débito, e usamos técnicas de proteção nas bases de dados e funcionalidades de Data Loss Prevention (DLP) ativas para a monitoração e prevenção do vazamento de dados sensíveis. Em 2021, seguimos implementando controles mais maduros e robustos nos processos de monitoramento, além de investirmos em soluções de Inteligência de Ameaças Cibernéticas, a fim de mitigar potenciais eventos prejudiciais.

CONCIENTIZACIÓN

Tenemos un programa corporativo dirigido a la educación y a la concientización de los colaboradores en seguridad de la información, que cuenta con conferencias para nuevos colaboradores, la *Cyber Week*, semana anual con eventos y comunicaciones sobre el tema, un Programa de Seguridad de la Información dispuesto *online* en la Universidad Renner (UR), así como también campañas de educación en temas como cuidado con contraseñas, crímenes cibernéticos, clasificación de la información, entre otros. En 2021, alcanzamos cerca del 70 % del cuadro de colaboradores entrenados en la UR en temas que involucran a la LGPD.

capitales  

ods



SOCIAL

04

Actuamos con responsabilidad y excelencia para generar **encantamiento y desarrollo para todos nuestros públicos.**

GRI 3-3, 414-2, AF1, AF8, AF9, AF10, AF12, AF13, AF14, AF15, AF16, AF17, SASB CG-AA-430b.2, CG-AA-440a.1



colaboradores

desarrollo

● relación con talentos

Es clave para la sustentación de nuestro negocio el desarrollo de las competencias técnicas, del comportamiento y culturales de nuestros colaboradores frente a las demandas del negocio y a los cambios socioculturales, garantizando que ellos tengan las habilidades necesarias para sustentar la realización de nuestra estrategia con excelencia y encantamiento.

Conozca a continuación los principales programas de desarrollo, que también apoyan nuestra diferenciación como marca empleadora, ampliando las oportunidades de su evolución personal y profesional de los colaboradores y potencializando una trayectoria continua de evolución y avance de carrera.

PROGRAMA CIRCUITO

Circuito es nuestro programa dirigido a generar intercambios de experiencia y de conocimiento entre profesionales de Lojas Renner S.A. y el ecosistema de educación e innovación, en Brasil y en el exterior, garantizando la atracción y el desarrollo de talentos, por medio de una agenda continua de encuentros con colaboradores, promoviendo el diálogo sobre experiencias, nuevas competencias y *skills* esenciales para las carreras del futuro, y para colaboración que genera valor para el sector y para la sociedad.

En 2021, creamos Decola Circuito, que reunió a colaboradores (que llamamos *makers*) y directores patrocinadores para idealizar las próximas acciones del Programa Circuito, buscando abordar las iniciativas de marca empleadora e innovación de las diferentes áreas y negocios del Ecosistema. En cinco encuentros Decola, fueron generadas más de 500 ideas, que se transformaron en 20 proyectos idealizados a ser puestos en práctica en 2022.

El Programa Circuito fue vencedor del premio GROW+ Innovation Award en la categoría Cultura de Innovación e Intra Espíritu Emprendedor.

PROGRAMAS DE PUERTA DE ENTRADA

Los programas Misión S.A. y Trainee son la gran puerta de entrada para talentos potenciales en nuestro Ecosistema. El Programa de Trainee tiene una media de 9 mil inscritos por edición y es muy tradicional en la Compañía, atrayendo talentos para las áreas de Producto y Operaciones. Hace 4 ediciones que el formato del proceso selectivo está evolucionando, absorbiendo conceptos de *lifelong learning* y ESG. El Programa Misión S.A. busca pasantes para todo el ecosistema, como es un programa reciente, se inició atendiendo a todas las áreas de la empresa, atrayendo más de 130 pasantes solamente en su primera edición.

En total, en el año, el área de Relación con Talentos impactó a más de 39 mil talentos, contó con 119 colaboradores de la Compañía involucrados, 29 mil personas inscritas en los Programas, 943 personas participando de las jornadas en el Programa y resultó en la contratación de 238 talentos. A partir de la medida del NP (*Net Promoter Score*) del Programa, registramos un avance del 72 % en la percepción de la marca tanto por los colaboradores *makers* (NPS 9,8), como por los talentos externos (NPS 8,9).

CICLO DE CARREIRA

Proporcionamos al 100% de los profesionales de Lojas Renner S.A. un ciclo de carrera que es realizado de manera digital a través de nuestra plataforma de carrera. Anualmente, todo nuestro liderazgo participa del ciclo completo, incluyendo ubicación de los profesionales en 9inBox, posterior calibración en comité ejecutivo y discusión del mapa de sucesión. Semestralmente, todos nuestros colaboradores, incluyendo pasantes, participan de nuestra evaluación de competencias que incluye la autoevaluación, evaluación del gestor inmediato, un momento formal de *feedback* y conversación de carrera, con el objetivo de revisar el Plan de Desarrollo Individual (PDI), enfocándose en los objetivos de desarrollo personales y profesionales. Este año, además de nuestros ciclos oficiales empezamos a ofrecer, de manera opcional, la posibilidad de rondas adicionales de nuestro ciclo, garantizando así el alineamiento continuo entre gestor y evaluado(a).

Por medio de la inteligencia artificial, conectamos las necesidades enumeradas en el PDI de cada uno con los contenidos de la Universidad Renner (UR), apuntando una curaduría de cursos y capacitaciones alineados al PDI de cada colaborador, que puede, además, adicionar personas de referencia, mentores y grupos a su PDI (*social learning*).

² En 2021, el 93% de los colaboradores adhirieron y realizaron la evaluación de desempeño.

UNIVERSIDAD RENNER

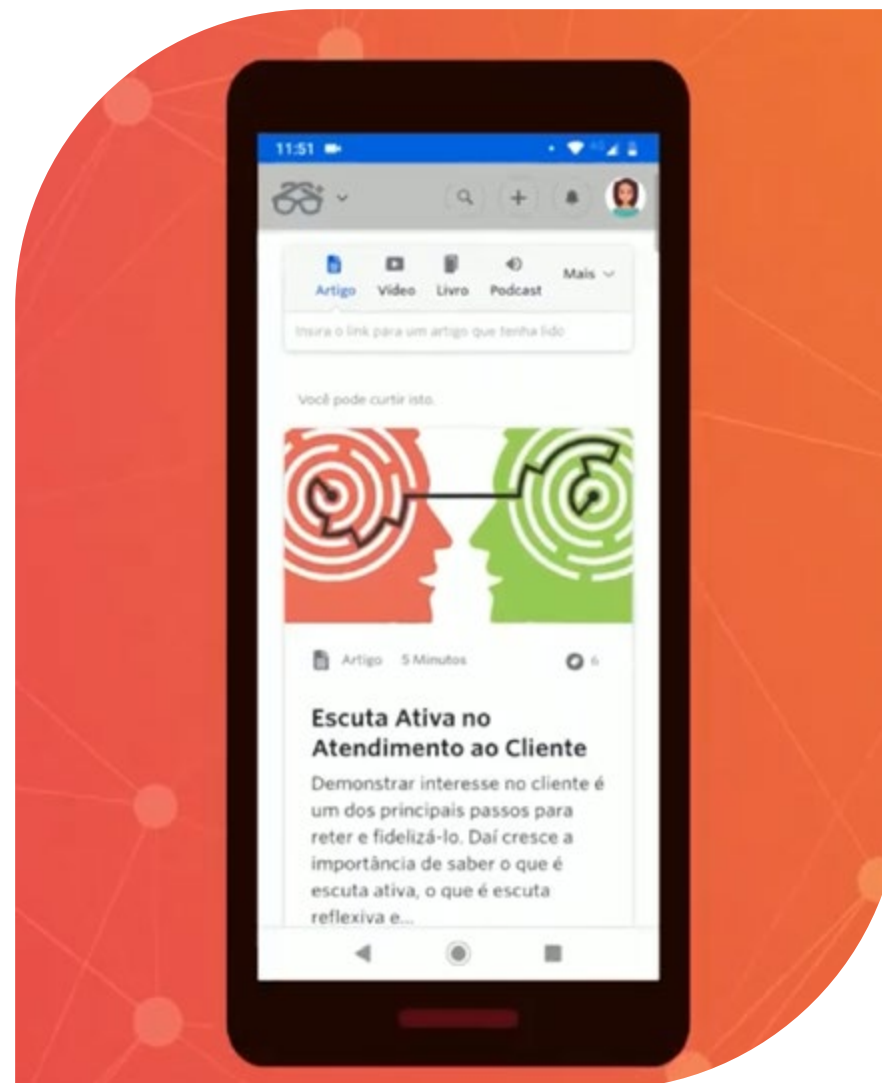
La Universidad Renner (UR) es el ecosistema de aprendizaje que conecta curaduría de excelencia, oportunidades de desarrollo y *social learning* en una única plataforma disponible para colaboradores y proveedores. En este Learning Experience Platform (Degreed), el colaborador se desarrolla, aprende con compañeros de otras áreas, puede inscribirse para plazas internas, oportunidades de tutorías, job rotativos y proyectos; además de gestionar su Plan de Desarrollo Individual (PDI). Además, el colaborador tiene total autonomía para crear y compartir con toda la Empresa lo que aprendió, ya sea en forma de curaduría, creando sus propias rutas, o compartiendo comentarios e *insights* sobre lo que aprendió en las rutas, o también contribuir con la UR conectando contenidos externos que crea interesante para la plataforma.

En 2021, la UR continuó evolucionando, con el lanzamiento del Desafío PDI y Gente en Movimiento UP. El Desafío PDI incentiva a los colaboradores, por medio de la gamificación, a llenar su PDI y pensar en sus deseos/desafíos de carrera de forma conectada a su desarrollo, dejando clara la importancia del protagonismo y del mindset de aprendizaje continuo para estar cada vez más preparados para nuevos desafíos de carrera.

Ya en Gente en Movimiento UP, las plazas internas y otras oportunidades de desarrollo son compartidas en un espacio dentro de la UR, siendo alimentado también por la inteligencia artificial, buscando presentar las posibilidades y caminos para el avance de carrera dentro de nuestro ecosistema y permitiéndoles a los gestores identificar talentos internos con las habilidades y competencias para los desafíos de sus equipos. Así, colaboradores con el PDI completo tienen más oportunidad de dar *'match'* con oportunidades disponibles, ya sean plazas internas, tutorías o grupos de estudios, por ejemplo.

APOYO A LA EDUCACIÓN

Les ofrecemos a todos los colaboradores una política de reembolso para educación continuada (cursos presenciales, seminarios, congresos, cursos *online* y *workshops*) en temas de negocio y del comportamiento y, para liderazgos y potenciales liderazgos, una política específica de educación continuada, misiones de *benchmark* e inmersión en idiomas.



Universidad Renner: fácil acceso a una serie de contenidos de desarrollo.

Conozca más sobre las funcionalidades de la UR en nuestro informe anual 2020: <https://bit.ly/3IINi2r>

DESARROLLO DE LIDERAZGOS

Contamos con programas de desarrollo de liderazgos para acelerar la progresión de carrera de nuestros colaboradores y garantizar la preparación de líderes para acompañar nuestro intenso ritmo de expansión. Identificamos quienes son los "altos potenciales" en nuestro Comité de Calibración, a partir del cruzamiento del resultado de las evaluaciones de competencia, del alcance de metas y del análisis de potencial y construimos los mapas de sucesión, con posiciones a partir de gerente sénior, que son validados en el Comité de Sucesión de la Dirección. Todo el nivel gerencial de la empresa tiene, entre sus metas, la formación de sucesores.

Después de la validación del mapa, creamos planes estructurados para acelerar la disposición y apalancar el desempeño de los talentos identificados, el Programa "Vuela Talento", con un portafolio completo de acciones de desarrollo, como *coaching* ejecutivo, media training, *mentoring*, inmersión nacional/internacional, *job rotation* y expatriación. El equipo de Gente & Sostenibilidad también conduce *workshops* dirigidos al desarrollo de las competencias, trabajando conceptos, contenidos, herramientas, actividades prácticas y cases para el desarrollo de los líderes, tales como *coaching*, líder *coach*, *feedback*, *coaching* continuos, papeles y responsabilidades, herramientas para auxiliar en el *feedback* y en la construcción de PDIs.

Desde 1992, contamos con un programa de trainee, abierto para candidatos externos e internos, que desarrolla y capacita futuros liderazgos para nuestro ecosistema: supervisores y gerentes para las tiendas, planners, buyers y diseñadores para área de producto. Reflejo del éxito del Programa, nuestro Director Presidente, Fabio Faccio, hace 22 años era trainee de Renner.

● cultura y marca empleadora

Frente al ciclo de transformación digital, innovación, ampliación de la conexión y actuación de los negocios, con el fortalecimiento de nuestro ecosistema de moda y *lifestyle*, en 2021, iniciamos un proyecto de evolución cultural. Realizamos un diagnóstico, que consideró la diversidad de los segmentos de actuación, equipos y países, así como la integración de nuevos negocios (Repassa), y será la base para un trabajo de generación de valor y reverberación de la cultura de encantamiento alineada a los nuevos desafíos de la Compañía.

En el año, nuevas disciplinas fueron creadas para satisfacer las demandas de desarrollo del negocio, como Gestión del Cambio Organizativo y también Experiencia del Colaborador, con enfoque en iniciativas que beneficien la experiencia de los colaboradores a lo largo de toda su jornada en el ecosistema, desde su proceso de selección, hasta un futuro despido, de forma integrada, con diferentes procesos y en todas las áreas y segmentos de la Compañía.

Con ese enfoque dedicado, iniciamos la revisión de nuestra propuesta de valor al colaborador, y le dimos continuidad a una estrategia de marca empleadora que valoriza nuestra cultura y la diversidad de talentos y negocios de Lojas Renner S.A., por medio de diferentes estilos de carreras. En ese sentido, lanzamos Encantech, nuestra comunidad de talentos tech, que tiene como objetivo atraer y desarrollar talentos para las áreas de Tech, Datos, Ágil y Digital de diferentes partes de Brasil y del mundo.

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

Para difundir nuestra cultura y estrategia a los más de 25 mil colaboradores contamos con fórums importantes de alineamiento que abarcan toda la organización, como Jornada S.A. (líderes y público administrativo) y Magia (público de operaciones).

En 2021, el tema de Jornada S.A. fue ONEx – Varias Historias, Una Potencia. Con ella, iniciamos el compromiso de todos en la construcción de nuestro ecosistema, por medio de una comunicación clara y transparente sobre los desafíos del negocio y necesidades de la transformación para el avance continuo. Para esto, movilizamos a los líderes y equipos a través de una gran jornada de aprendizaje, compartiendo y vivenciando temas estratégicos del ciclo digital y reforzando la cultura corporativa. Esta jornada continúa con Magia, en un formato lúdico, envolvente y digital para todo el público de Operaciones.

ENCUESTA DE COMPROMISO

Anualmente, hace más de dos décadas, realizamos la encuesta de compromiso voluntaria y anónima, junto a todos los colaboradores Lojas Renner S.A. En 2021, la adhesión a la encuesta fue del 78% y la media de compromiso fue del 89%, nivel por encima del mercado minorista y alcanzando nuestra meta del 89% de compromiso.

Como avances para mapear la experiencia y satisfacción del colaborador, en 2021 ampliamos los canales de escucha con nuevas investigaciones como pulso y de offboarding e implementamos bots para mejorar los niveles de servicios internos, mapeando diferentes jornadas de perfiles de colaboradores, para la promoción de mejoras continuas.

Somos TOP 5 en el *ranking* **Great Place To Work 2021** en el minorista nacional, categoría por encima de 10 mil colaboradores, que clasifica a las empresas que se destacan por las buenas prácticas en el ambiente de trabajo, a partir de la evaluación de prácticas y de encuesta con colaboradores.

● Salud, seguridad y bienestar

Tenemos el compromiso con la salud y seguridad de nuestros colaboradores, en línea con las mejores prácticas globales y con los acuerdos colectivos de trabajo junto a los sindicatos.

Les proporcionamos a nuestros colaboradores locales de trabajo seguros y saludables, siempre atentos al cumplimiento de leyes relativas a la Medicina y a la Seguridad del Trabajo y buscando la mejora continua, con un equipo dedicado a la gestión del tema, un conjunto de normas y políticas estructuradas y acciones de concientización para actitudes responsables.

Buscamos la mejoría continua de nuestro sistema de gestión de salud y seguridad, a partir de una serie de acciones para identificación y mitigación de riesgos:

- Evaluación anual de identificación de riesgos a los cuales los colaboradores puedan estar expuestos, por medio del Programa de Prevención de Riesgos Ambientales (PPRA) y del Programa de Control Médico de Salud Ocupacional (PCMSO).
- Monitoreo de indicadores de salud, seguridad y bienestar con definición de metas y planes de acción para reducir exposición a riesgos y promover la evolución.
- Investigación y seguimiento cercano de accidentes y otras temáticas relacionadas a la promoción de la salud y seguridad.
- Entrenamientos a los colaboradores en seguridad y bienestar, fomentando una cultura de seguridad y reduciendo potenciales accidentes.

- Exigencia del respeto a las mejores prácticas de salud y seguridad de nuestros proveedores, por medio del compromiso con nuestro código de conducta.

Además de esto, buscamos estimular el bienestar y calidad de vida entre nuestros colaboradores por medio del Programa Bienestar, basado en tres pilares – prevención, promoción de la salud, seguridad del trabajo – y cuatro dimensiones – salud física, emocional, financiera y social. Las principales acciones en 2021 fueron:

- Posibilidad de trabajo en casa y horario flexible para los colaboradores administrativos.
- Capacitaciones para los líderes y colaboradores sobre bienestar, seguridad psicológica, aspectos emocionales, autocuidado y autoconocimiento.
- Programa piloto Balance, con el objetivo de servir como una escucha de los líderes a sus equipos, con enfoque en mejorar el equilibrio entre trabajo y vida personal y reducir potencial de horas extras excesivas.
- Piloto en Youcom del Programa del Dr.BE, en colaboración con AON, con el objetivo de ofrecerles a los colaboradores y sus dependientes un servicio de asistencia en salud a través de una central de salud 24h y servicio de telemedicina y telepsicología, con el apoyo de un equipo multidisciplinario formada por enfermeros, médicos de familia, nutricionistas y *personal trainer*.
- Semana del Bienestar, anual, que abordó temas como felicidad, prácticas de relajamiento y seguridad psicológica y ambiente de trabajo.



Cuidado con los colaboradores en la oficina.

- Conferencias y encuentros virtuales, abiertos a todos, para hablar sobre salud mental, bienestar y temas actuales, como la pandemia de Covid-19.
- Durante el año 2021 se realizaron 21 mil horas de capacitación para colaboradores, buscando prepararlos para atenciones de clientes y colaboradores en el caso de siniestros en los ambientes de trabajo.

Los colaboradores que tienen hijos también cuentan con auxilio para guardería y en la sede ofrecemos una sala de amamantamiento/lactación.

asociados

GRI 308-1, 308-2, 414-1, 414-2, AF1, AF8, AF9, AF10, AF12, AF13, AF14, AF15, AF16, AF17, SASB CG-AA-430b.2

compras responsables

Contamos con una gestión cercana de los proveedores, con equipos técnicos dedicados al seguimiento y soporte a nuestra cadena de suministro, divididos en dos grupos: Gestión de Proveedores Administrativos y Gestión de Conformidad de Reventa (dedicado a los proveedores de reventa, aquellos que fabrican los productos vendidos en todas las empresas del ecosistema y los proveedores del *marketplace*).

Antes de la contratación, el 100% de los proveedores que atienden a nuestras empresas del segmento de moda en Brasil, incluso los *sellers* del *marketplace*, pasan por una homologación, que evalúa sus mecanismos de promoción de la integridad y la conformidad de su documentación, asegurando regularidad y adherencia a nuestros requisitos. Los proveedores administrativos en Argentina y Uruguay también pasan por homologación. Todos también deben comprometerse con nuestro Código de Conducta para Proveedores, por medio de la firma del Contrato Comercial. Para los proveedores identificados con mayor riesgo de impacto en cada grupo – de reventa y administrativos –, el proceso de evaluación se profundiza.

Contamos con procesos de monitoreo consistentes en nuestros proveedores, buscando alineamiento a las políticas y valores de Lojas Renner S.A. y garantizando la mitigación de riesgo desde su entrada en el ciclo de suministro de la Compañía, pasando por su permanencia como proveedor, siguiendo el desempeño y desarrollo socioambiental de nuestra red, a fin de garantizar una compra verdaderamente responsable para nuestro consumidor final. Vea los detalles de la estrategia de cada equipo y los avances a lo largo de 2021.

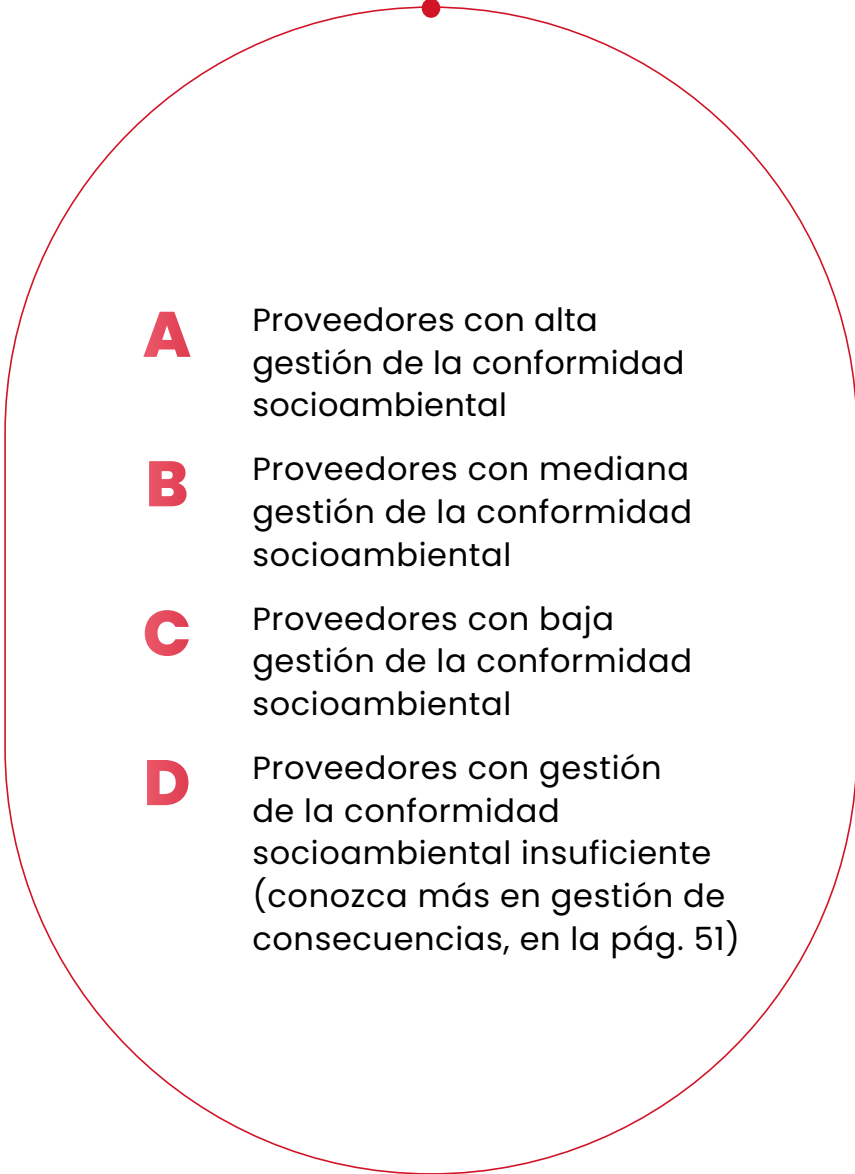
● monitoreo de proveedores

PROVEEDORES DE REVENTA DE MODA

Después del proceso inicial de contratación, los Proveedores de Reventa nacionales e internacionales (*tier 1*) de Renner de marca propia – de confección, accesorios, calzados y belleza – y sus contratados (*tier 2*) pasan a ser monitoreados con relación a la responsabilidad social y ambiental y evaluados en auditorías, que tiene su frecuencia relacionada al nivel de clasificación y riesgo de conformidad, siendo como mínimo una auditoría cada dos años.

La puntuación en las auditorías genera una clasificación, que considera cinco factores de riesgo – Derechos Constitucionales, Salud y Seguridad del Trabajo, Derechos del Trabajador, Formalización de la Empresa y Medio Ambiente – y clasifica los proveedores en cuatro niveles, de acuerdo con su desempeño y con compromisos socioambientales.

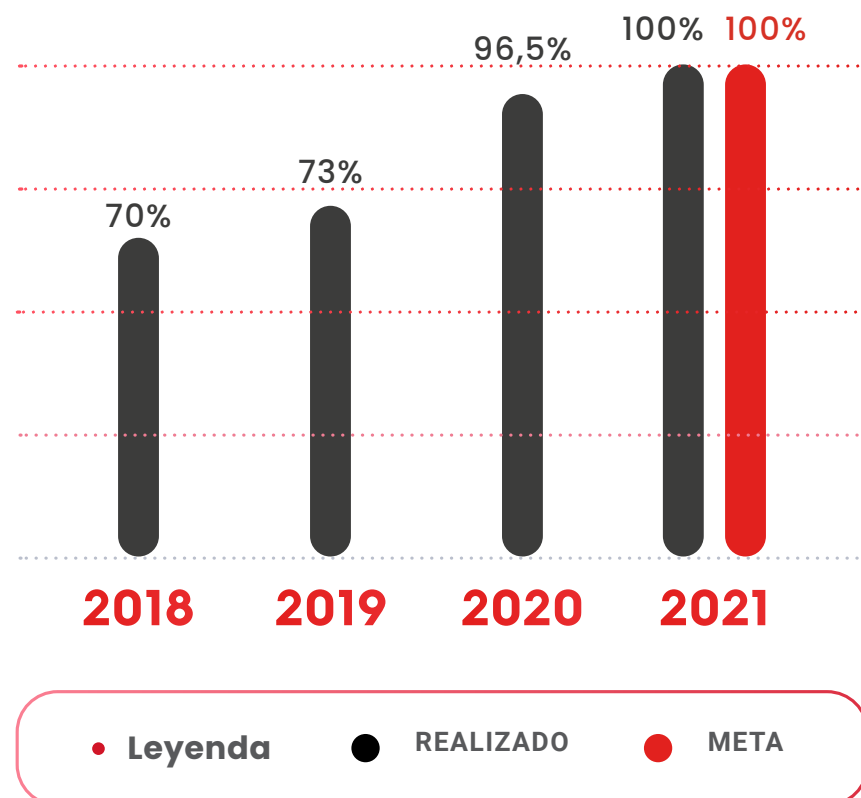
En el último año, el 1,5% de los proveedores fueron considerados de baja gestión o gestión insuficiente para la sostenibilidad y recibieron acompañamientos especiales. En total, en 2021, auditamos directamente 75,4% del total de los proveedores de reventa (*tier 1*), y 56,6% del total de sus contratados (*tier 2*), siendo que el 100 % de nuestros proveedores (*tier 1* y *2*) son monitoreados de esa y/o de otras formas en nuestro programa de conformidad.

- 
- A** Proveedores con alta gestión de la conformidad socioambiental
 - B** Proveedores con mediana gestión de la conformidad socioambiental
 - C** Proveedores con baja gestión de la conformidad socioambiental
 - D** Proveedores con gestión de la conformidad socioambiental insuficiente (conozca más en gestión de consecuencias, en la pág. 51)

Nuestro monitoreo de la conformidad es validado por una tercera parte, certificando que nuestro Programa está alineado a las mejores prácticas internacionales contempladas en la ISO 19011:2018 – directrices para auditoría de sistemas de gestión e ISO 20400:2017 – directrices para compras sostenibles. Además de esto, somos signatarios de ABVTEX, de Social & Labor Convergence (SLCP) y de SAC (Sustainable Apparel Coalition), que componen nuestro Programa de Monitoreo de la Cadena de Suministro.

Alcanzamos nuestro compromiso público para 2021 de tener el 100% de la cadena global de reventa de Renner con alguna certificación socioambiental, garantizando la adopción de mejores prácticas ampliamente legitimadas.

● **STATUS: META ALCANZADA**



Además de las auditorías, monitoreamos el desempeño de los Proveedores de Reventa de Renner de las cadenas de elástico, 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).

IDGF evalúa los proveedores activos y con entregas en los pilares de calidad, logística, comercial y sostenibilidad, identificando los 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, junto de los aspectos de salud financiera y conformidad, además del desempeño de los proveedores.

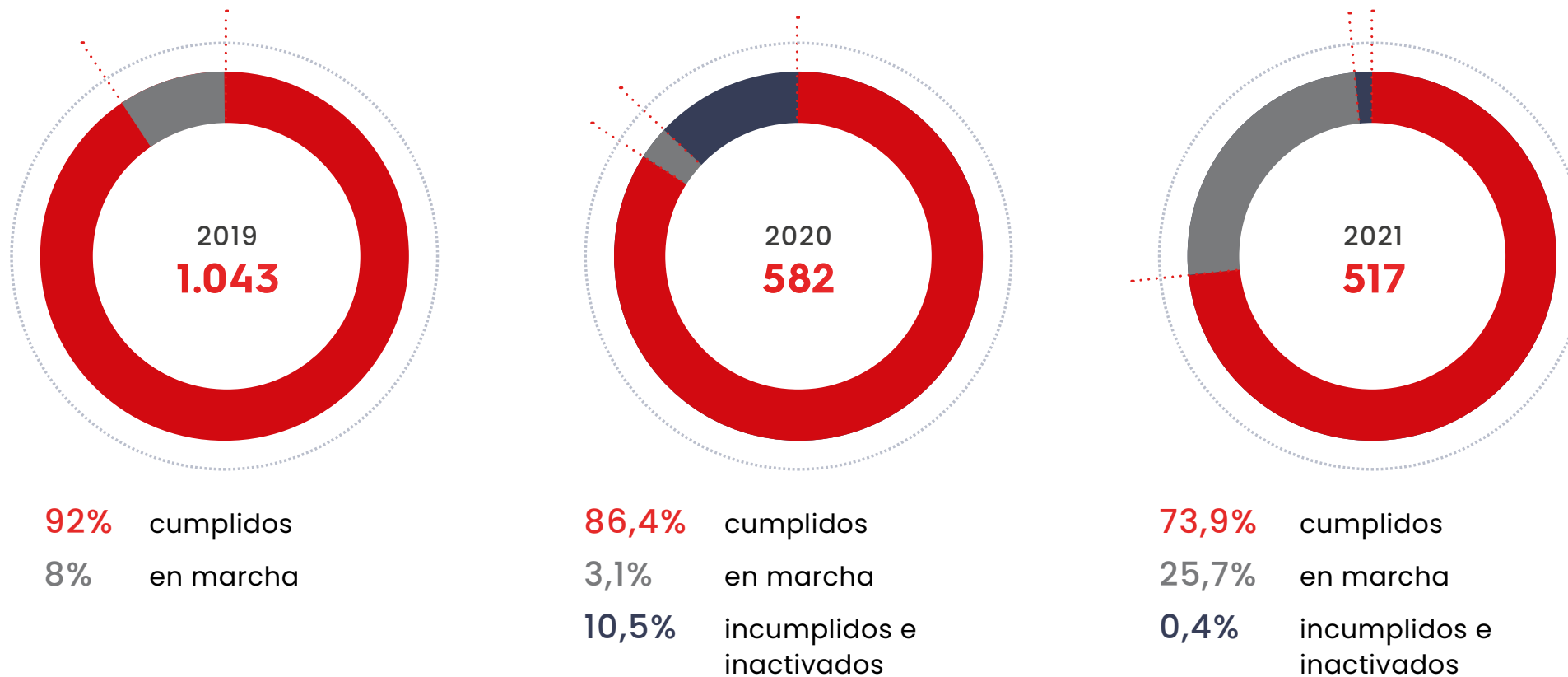
Con base en 2016, cuando IDGF fue reformulado para los índices actuales de evaluación, los proveedores ya presentaron una evolución de 17,3 puntos porcentajes antes de 2021.



Colección Re Jeans, producida en una de las fábricas que utiliza menos agua para la fabricación de las piezas.

● PLANES DE ACCIÓN ESTABLECIDOS

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



GESTIÓN DE CONSECUENCIAS

En todos los casos que identificamos no conformidades, solicitamos que la empresa ejecute un plan de acción, con dos o tres meses para resolución y seguimiento presencial, dependiendo de la criticidad del plan. Si el plan no es cumplido, las empresas son bloqueadas/suspendidas, no reciben nuevos pedidos y están sujetas a la desacreditación de la cadena de suministro de Lojas Renner S.A.

Contamos con un Comité de Suministro multidisciplinario que delibera sobre casos sensibles relacionados a la permanencia de proveedores en nuestra cadena de suministro que no cumplan con los procedimientos y metodologías del Programa de Conformidad.

De los ítems evaluados en las auditorías, algunos son clasificados como “tolerancia cero”: bloquean inmediatamente al proveedor de nuestra cadena y pueden llevar al fin de la relación comercial. Conozca en detalles los ítems evaluados en el Checklist de Auditorías, disponible en nuestro portal de proveedores: <https://bit.ly/37jHlbW>

La principal no conformidad en el año fue acceso negado a los auditores en proveedores *tier 2*. Como medida correctiva, realizamos capacitaciones *online* a lo largo del año, reforzando nuestro procedimiento de gestión de consecuencias, y estimulamos a nuestros proveedores *tier 1* a visitar a sus subcontratados y pasarles el checklist y proceso de auditoría. En 2021, por medio de las auditorías internacionales, identificamos un caso de tolerancia cero, que ocurrió en una empresa no declarada o autorizada a producir. Como acción exigimos la regularización inmediata y discontinuamos la colaboración con las empresas involucradas.

ESTRUCTURA

Contamos con una gerencia especializada y dedicada responsable de la gestión de la conformidad de proveedores de reventa, con 20 profesionales, incluyendo equipo propio localizado en Asia, garantizando cercanía de nuestros proveedores, y una empresa tercera que apoya la realización de las auditorías internacionales. También realizamos capacitaciones anuales junto a los equipos que desarrollan los productos y a los equipos de compras que escogen a los proveedores sobre nuestros principios y prácticas, para reforzar la importancia de tener en cuenta la clasificación de riesgo de proveedores.

PROVEEDORES DE CASA Y DECORACIÓN

En Camicado, dimos inicio a la primera fase de diagnóstico para la implementación del Programa de conformidad de proveedores. Enfatizamos el compromiso interno y externo, por medio de webinar con proveedores, y comenzamos el mapeo de cadena y monitoreo por medio de la auditoría socioambiental (nacional e internacional), realizada tanto por el equipo interno de Renner, así como también con asociados externos.

Durante 2021, auditamos a 92 proveedores, que representan el 55 % del volumen contratado en el año. Para 2022, estamos preparándonos para la segunda fase de consolidación del programa de conformidad Camicado, que establecerá como desarrollo del programa para los próximos años de todas las etapas exigidas en el Programa de Conformidad Lojas Renner S.A.

PROVEEDORES ADMINISTRATIVOS

Para los proveedores de prestación de servicio en nuestra Sede Administrativa, además de la homologación documental, realizamos homologación funcional, que evalúa vínculo y aptitud para el trabajo, frente a los requisitos legales aplicables a las actividades que realizarán, sumando 198 empresas y 1.494 profesionales evaluados en el 2021.

Los proveedores administrativos de los sectores de construcción civil, de logística y mantenimiento, identificados como críticos, también pasan por un proceso de monitoreo más profundizado, donde una consultoría especializada evalúa su documentación, con relación a las prácticas y compromisos con:

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

En 2021, fueron 167 proveedores monitoreados. En los proveedores de construcción civil y sus contratados, con mayor nivel de criticidad, hacemos visitas técnicas, 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 trabajadores, a fin de captar la percepción de la rutina de trabajo. En total, fueron 35 obras auditadas en 2021, lo que representa el 81% del total de obras realizadas y nueve alojamientos, equivalente al 100% de las obras con alojamientos. El monitoreo identificó un 94,5% de conformidad en las obras auditadas y un 96% de conformidad en los alojamientos auditados.

También supervisamos el desempeño de los proveedores de construcción civil, a partir del IDGF, con relación al negocio, a la oferta comercial y a la conformidad. A partir de 2022, los colaboradores también serán evaluados con relación a su madurez en sostenibilidad dentro del pilar conformidad. La clasificación del proveedor apoya tanto al equipo de Compras como al área de negocio en lo que se refiere a la toma de decisión con relación a nuevas contrataciones o discontinuidad del proveedor.



Tienda de Camicado, en el Shopping Ibirapuera.

Inteligencia de datos y transparencia

● modelo predictivo

En 2021, trabajamos en la automatización y en el análisis de datos para apalancar nuestros procesos de predicción de riesgos, dar eficiencia a las auditorías en la cadena de proveedores y apoyar la toma de decisión para compras más responsables.

Con el uso de inteligencia artificial, *machine learning* y *business intelligence*, analizamos los datos históricos de las auditorías para entender las correlaciones entre las no conformidades y las reincidencias por perfil de empresa, tipo de proceso productivo y región, apuntando los mayores riesgos potenciales. Para priorizar el monitoreo de la cadena de proveedores y tener una actuación más asertiva, consideramos los ejes de riesgo de la empresa³ y relevancia para nuestros negocios⁴, clasificando en cuadrantes que definen nuestra forma de monitoreo (rutina y formato de las auditorías).

Así, avanzamos para un modelo predictivo, de dónde y cuándo una no conformidad sucederá, aumentando la visibilidad de riesgos y vulnerabilidades, reduciendo el volumen de auditorías realizadas y teniendo mayor disponibilidad para ir más allá de la conformidad legal, aumentando el nivel de gestión y promoviendo la mejora del desempeño socioambiental de nuestra cadena. Entre 2018 y 2021, con el apoyo de inteligencia de datos, conseguimos obtener más informaciones de manera automatizada, aumentando la asertividad de las auditorías presenciales y promoviendo la evolución de la gestión y desempeño socioambiental de nuestra cadena. Además, redujimos el costo promedio por auditoría, y así duplicamos la eficiencia del proceso sin afectar nuestra gestión de riesgo.

● AVANCES DE NUESTRO MODELO DE MONITOREO



● rastreabilidad digital

Continuamos avanzando en el uso de la tecnología *blockchain* en la cadena de suministro, buscando la rastreabilidad desde la concepción de la materia prima hasta el producto final. En 2021, ingresamos en el Programa SouABR – Algodón Brasileño Responsable, en colaboración con la Asociación Brasileña de los Productores de Algodón (Abrapa) y otras marcas. El Programa es la primera iniciativa de rastreabilidad a gran escala de la cadena textil nacional, y permite rastrear el algodón usado en las piezas hasta su propiedad de origen, garantizando, por medio de la certificación Algodón Brasileño Responsable, la adopción de buenas prácticas socioambientales en toda la cadena, hasta el producto terminado.

Por medio del *blockchain*, las informaciones sobre el camino recorrido por el algodón quedan digitalizadas, accesibles y auditables, dándole confiabilidad a la certificación. La certificación ABR analiza 178 ítems de verificación, distribuidos en ocho criterios: contrato de trabajo, prohibición del trabajo infantil, prohibición de trabajo análogo al esclavo o en condiciones degradantes o indignas, libertad de asociación sindical, prohibición de discriminación de personas, seguridad, salud ocupacional, medio ambiente del trabajo, desempeño ambiental y buenas prácticas; desempenho ambiental e boas práticas.

³ El historial de auditorías, el lugar en que la empresa se encuentra (país y región), el segmento de suministro, el tipo de actividad, otras certificaciones que el pueda tener que contribuyan para mitigar el riesgo, evaluación financiera, entre otros datos disponibles.

⁴ Volumen de piezas, cantidad de pedidos, participación del consejo de proveedores u otros proyectos.

calificación

Queremos ir más allá de la gestión de riesgos y de conformidad y maximizar nuestro potencial de impacto positivo en la cadena textil, apoyando el desarrollo de los Proveedores de Reventa y, consecuentemente, del sector. Conozca, a continuación, los principales programas en este sentido.

● estímulo al desarrollo local

En Renner, el 67% de los proveedores *tier 1* y 96,9% de nuestros proveedores *tier 2* están en Brasil, donde tenemos la mayor parte de nuestra operación, siendo el 47,5% localizada en Santa Catarina y San Pablo, estados con tradición en la industria textil y donde están dos de nuestros CDs. Con esta concentración, tenemos relaciones muy cercanas, potenciando la colaboración en acciones de mejora de desempeño y facilitando la creación de proyectos de innovación.

Conozca en nuestro sitio *web* nuestra lista de proveedores de reventa y de proveedores de materia prima: <https://bit.ly/2Ob3frL> y <https://bit.ly/3er2Ewl>

Otro frente relevante de generación de valor en la cadena es el apoyo financiero a los proveedores. En el 2021, por 6º año consecutivo, mantuvimos la operación de financiamiento junto al Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES), este año orientado a la superación de los desafíos del Covid-19 impuestos a nuestros Proveedores de Reventa. En total, fueron hechas operaciones de financiamiento que destinaron R\$ 87 millones a 19 empresas de la cadena de Renner. En los seis años del proyecto, ya fueron financiados cerca de R\$ 180 millones.

● calificación de los proveedores de reventa

Entendemos que en nuestra estrategia de Gestión de Conformidad de Reventa, el pilar de calificación es fundamental para crear la base necesaria para apalancar la cadena en desempeño socioambiental. Creemos que proveedores orientados y conscientes del impacto de su actuación logran más que mitigar y controlar los riesgos de su operación y mejorar su desempeño.

En 2021, trabajamos para que nuestra cadena alcance niveles de desempeño, o sea, que cumpla los requisitos avanzados, yendo más allá de los obligatorios de nuestro *checklist* de conformidad, monitoreado durante las auditorías.

Además de esto, desarrollamos varias iniciativas que apoyan el desarrollo, la calificación, la excelencia y el avance en las prácticas de sostenibilidad de la cadena de proveedores:

UNIVERSIDADE RENNER (UR) PARA PROVEEDORES

En 2019, le dimos a nuestros proveedores, en carácter piloto, el acceso a la UR, extendiéndole a los colaboradores contenidos relevantes para aprendizaje y desarrollo en temas estratégicos al negocio y la cadena. En 2021, ampliamos el acceso y contamos con 135 empresas inscritas en la UR, mejorando y profundizando la experiencia del proveedor en los temas que tiene dudas o que debe entender como parte fundamental de su permanencia en el negocio de la Compañía. La herramienta fue fundamental para la jornada intensa de capacitaciones dirigidas a la promoción de la sostenibilidad, como parte del Producción + Limpia 4.0 (conozca más en la página 78).

PROGRAMA DE ACELERACIÓN EN CONFORMIDAD (PAC)

En 2021, lanzamos el PAC, donde ofrecemos consultoría a los proveedores de reventa de Renner identificados en el proceso de auditoría con necesidad de mejorar su desempeño en gestión de la conformidad. Con etapas de diagnóstico y plan de acción, construidas junto al proveedor y nuestros especialistas, aceleramos el avance de las prácticas del proveedor para garantizar su conformidad. Desde el lanzamiento del PAC, aceleramos 12 proveedores, en dos ciclos, que tuvieron duración de un semestre con seguimiento en fábrica.

PROGRAMA ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO

en colaboración con el Sebrae (Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas), desde 2017, promovimos el desarrollo de las empresas contratadas por los proveedores de reventa de Renner en cuatro fases: sensibilización, diagnóstico, capacitación y consultoría. En 2021, 121 empresas fueron involucradas en el programa y estamos con pruebas piloto con siete empresas la implementación de un nuevo módulo en el programa de gestión de químicos. **Desde 2017, ya capacitamos a más de 300 micro y pequeñas empresas.**

PROGRAMA DE MEJORA CONTINUA (PMC)

en 2021, por 9º año consecutivo, el PMC mantuvo el enfoque en apoyar el flujo de caja de las empresas, cubriendo necesidades financieras con líneas de anticipación de corto y mediano plazo para los proveedores de reventa nacionales de Renner, según análisis realizados con la cadena. Las iniciativas proporcionaron la sostenibilidad y garantizaron la perennidad de los negocios a lo largo del año.

PROGRAMA DE EXCELENCIA RENNER (PER)

busca promover e incentivar el desarrollo y la innovación en la cadena de proveedores de reventa de Renner, reconociendo a las empresas que se destacan en Calidad, Sostenibilidad, Eficiencia, Cooperación e Innovación en la Convención de Proveedores. En 2021, más de 200 empresas participaron del programa, siendo reconocidas nueve empresas destacándose por categoría y la destacada del año.

Creamos en el año e “Tira Dúvidas” (Aclara Dudas), momentos de intercambio de nuestro equipo con los proveedores de reventa de Renner sobre temas que los mismos propongan, mejorando nuestro alineamiento estratégico. Fueron siete ediciones en el año.

● salario justo

En 2021, alcanzamos el monitoreo de salario justo en el 100 % de la cadena de Proveedores de Reventa nacionales de Renner (tier 1 y 2). El proceso de análisis sigue siendo actualizado como parte las auditorías de rutina. Conozca más detalles sobre la metodología en el Informe 2020, página 71: <https://bit.ly/3HTr65D>

El monitoreo de la conformidad (conozca más en la pág. 49) apoya la garantía de que nuestra cadena de proveedores esté de acuerdo con las leyes laborales, incluyendo los derechos relacionados a la remuneración, a la libertad sindical y a la negociación colectiva.

Além disso, acreditamos que ter práticas Além disso, creemos que tener prácticas responsables, desde la compra, también es fundamental para apoyar la sostenibilidad de nuestra red de proveedores y la generación de valor para sus públicos. Por eso, tenemos directrices para la relación con los proveedores sobre claridad en las negociaciones, relación de colaboración con el proveedor, respeto a plazos de producción considerando la capacidad productiva de cada proveedor y la generación de condiciones adecuadas para el pago de salarios justos.

Contamos con un grupo de trabajo con equipos de Productos, Compras, Estilo y Planificación, conducido por las áreas de Sostenibilidad y Gestión de Proveedores para debatir nuestros principales frentes de avance en compras responsables, orientado por los siete principios de Compras Responsables de Better Buying. Los principios priorizados en 2021 fueron planificación y previsión, costos y negociación, y el grupo debatió avances para darle mayor visibilidad de los proveedores sobre las etapas de desarrollo de producto y producción de los pedidos y mayor previsibilidad de suministro.

En la encuesta de satisfacción de proveedores de 2021, el 96% de los respondientes concuerdan total o parcialmente que las negociaciones son conducidas de manera justa.

Conozca, en detalles, nuestro compromiso con la promoción del trabajo justo y seguro, en <https://bit.ly/3erPwqT>

comunidades

56

Hace trece años, el Instituto Lojas Renner hace la gestión de nuestra inversión social privada, dirigida tanto al desarrollo de comunidades, como a la generación de renta, capacitación y apoyo al espíritu emprendedor de mujeres en el ecosistema de la moda.

En total, invertimos R\$ 7,0 millones en los proyectos apoyados en el año, siendo 60% con recursos propios, que beneficiaron a más de 8 mil personas.

Conozca a continuación los principales proyectos apoyados y acceda al sitio web y al informe anual del Instituto para saber más: www.institutolojasrenner.org.br



Agricultora apoyada por el Instituto Lojas Renner en el programa Tejiendo Autonomía.

algodón agroecológico

La impulsión del empoderamiento femenino en la cadena responsable de la moda por medio de la producción de algodón agroecológico forma parte del paraguas del programa Tejiendo Autonomía, y es resultado de la jornada que iniciamos en 2017. En 2021, actuamos en el apoyo a pequeños agricultores en comunidades de Minas Gerais y Ceará y en su integración a nuestra cadena de proveedores.

Desde cuando comenzó, el proyecto Tejiendo Autonomía ya benefició a cerca de 300 familias y generó 11,2 toneladas de algodón agroecológico, material incorporado en la cadena productiva de las piezas menos impactantes dispuestas en colecciones especiales de Renner, que reciben el sello Re moda responsable.

mujeres en el ecosistema de la moda

En este frente apoyamos proyectos dirigidos a capacitar mujeres y pequeños emprendimientos, que beneficien a mujeres de bajos ingresos o en situación de vulnerabilidad, para su preparación al trabajo o para la evolución de sus negocios para canales. Conozca a continuación los principales proyectos apoyados.

TEJIENDO SUEÑOS

desarrollo y formalización profesional de microemprendedores migrantes, en San Pablo, con capacitaciones y tutorías para 19 talleres de costura en las áreas de logística, comercialización, desarrollo humano y financiero, además de asesoría jurídica y contable, buscando que, en 2023, estén preparadas para formar la primera asociación de migrantes del mercado minorista de la moda nacional.

MAESTRAS DEL BARRO

desarrollo y generación de ingresos al colectivo de artesanas de comunidades vinculadas al proyecto Maestras del Barro, iniciativa de Camicado, realizando talleres de calificación en artesanía en barro.

EMPODERANDO A REFUGIADAS

capacitación y preparación para el mercado de trabajo de más de 300 refugiadas, desde 2013, y con cerca de 100 contratadas por Lojas Renner S.A. Hoy, nuestros principales frentes de actuación de empoderamiento a las mujeres refugiadas son: Escuela de Costura, MSG LAB y Minorista Plural.

ESCUELA DE COSTURA

Capacitación en costura básica para 40 venezolanos y migrantes de países vecinos, en su mayoría mujeres, en Criciúma y Blumenau (SC), conectando estos profesionales al mercado, satisfaciendo las demandas de nuestros proveedores.

MSG LAB

Ofrecemos calificación profesional en costura industrial para 160 venezolanas y migrantes de países vecinos a Brasil en situación de vulnerabilidad y las conectamos a la aplicación SOS Costura, que ofrece reparación y personalización de piezas, apoyando su empleabilidad y contribuyendo al aumento del ciclo de vida.

MINORISTA PLURAL

Capacitación de grupos minorizados para inclusión socioeconómica en el mercado minorista y, así, un minorista más inclusivo, diverso y plural. En 2021, capacitamos a 52 personas, siendo que 28 pasaron a actuar en nuestra tienda circular (conozca más en la pág. 69) y otras 19 ingresaron en el mercado de trabajo.

LIBERTEES

Apoyamos el negocio social, en Belo Horizonte, que tiene como misión proporcionarles a las mujeres en privación de libertad, la oportunidad de resignificar su propia trayectoria y rescatar su autoestima por medio de la moda.

CASA 1

Con la movilización de las marcas Renner, Ashua y Youcom, dirigimos R\$ 140 mil, en favor de Casa 1, que acoge a personas LGBTQIA+ y actúa en la capacitación profesional de la comunidad en diferentes frentes.

desarrollo de liderazgos comunitarios

En este frente, buscamos promover estrategias que estimulen la creación de ambiente comunitario fértil para el protagonismo femenino, por medio del desarrollo de liderazgos de proyectos sociales y deportivos en comunidades.

ELLAS AVANZAN

En 2021, lanzamos una página *online* para inscripciones continuas de proyectos que sean aprobados por la Ley de Incentivo al Deporte y en los Fondos del Adulto Mayor y para la Infancia y Adolescencia y que fomenten el empoderamiento femenino o contribuyan, de forma directa y/o indirecta, para la construcción de un ambiente fértil para su protagonismo. En este primer año, ya tenemos algunos casos de éxito, como Floripa Apps, que ofrece capacitaciones *online* y gratuitas en tecnología y desarrollo para alumnas de la red pública de Florianópolis (SC).

APRENDIZ RE

Creamos un grupo de jóvenes aprendices Re, con la participación de voluntarios de Renner, y ofrecemos formación para acelerar el desarrollo de estos jóvenes, involucrando temas como Circularidad, Diversidad, Sostenibilidad e Impacto Social.



Costurera de la Cooperativa Nuevos Horizontes, proyecto apoyado por el Instituto Lojas Renner.

combate al covid-19

En 2021, seguimos actuando para apoyar el sistema de salud y comunidades en situación de vulnerabilidad por medio de donaciones, articulación de recursos y colaboraciones institucionales que multipliquen el impacto social, frente que recibió el mayor volumen del monto recaudado por el Instituto Lojas Renner por segundo año consecutivo.

Invertimos R\$ 2,4 millones en acciones dirigidas al combate al Covid-19, como la construcción de la nueva fábrica del Instituto Butantan, dirigida a ampliar la producción de la vacuna, apoyo a la construcción de plantas de oxígeno y envío de remolques con oxígeno al Amazonas, participación en Unidos por la Vacuna, programa creado por el Instituto para Desarrollo del Minorista (IDV) para acelerar la inmunización, donación de equipos a instituciones de salud y donación de tarjetas de alimentación para familias en vulnerabilidad.

compromiso

Buscamos comprometer a colaboradores, clientes y sociedad en los proyectos y causas apoyadas por el Instituto Lojas Renner. En 2021, el Movimiento Todas Avancen Juntas recaudó R\$ 4,7 millones, e involucró por primera vez a todas las marcas – Renner, Youcom, Ashua y Camicado. Además, creamos acciones de incentivo a donaciones:

CAMBIO “UNA EMPODERA A MUCHAS”

Desde octubre, en las tiendas físicas de Renner y de Ashua en Brasil, el cliente que haga compras y pago de facturas en efectivo tiene la opción de donar el resto del cambio para el Instituto Lojas Renner.

DONACIÓN RECURRENTE DE SALARIO (COLABORADORES)

Implementamos una herramienta en la Intranet de Lojas Renner S.A. que permite que los colaboradores opten por realizar donaciones recurrentes o individuales para el Instituto Lojas Renner, por medio del descuento en nómina.

DONACIÓN RECURRENTE POR TARJETA (SITIO ILR)

Cualquier persona puede acceder al sitio del Instituto, en el menú “DONE YA”, y realizar donaciones recurrentes o individuales por medio de tarjeta de crédito o boleto a la causa del empoderamiento de mujeres por medio de la moda. Acceda en: <https://bit.ly/3gU4tIX>



Bolsa del Bien, por la cual son enviadas las piezas para venta en Repassa.

ESTILO SOLIDARIO

Comprometemos a colaboradores para donación de hasta 6% de su impuesto a la renta debido a los proyectos ya validados y apoyados por el Instituto Lojas Renner, recaudando R\$ 42 mil en 2021. Acceda en: <https://bit.ly/3rG5rs0>

REPASSA (CONTRIBUCIÓN)

Los clientes que venden sus piezas usadas en la plataforma Repassa, de Lojas Renner S.A., pueden donar parte de sus ventas para el Instituto Lojas Renner. Conozca más en: <https://bit.ly/3LiGtXo>

convenio sebrae

En 2021, formulamos el mayor proyecto de la historia del Instituto Lojas Renner viabilizará la realización de más de 9 mil atenciones, con una inversión de R\$3,2 millones, duración de 24 meses y un alcance que abarca diferentes etapas de una cadena productiva, presentadas a continuación.

Agricultura: desarrollar y calificar la producción local y estimular la cadena del algodón orgánico, ofreciendo conocimiento sobre capacidades tecnológicas y nuevos modelos de negocios, contribuyendo con las comunidades de Minas Gerais, Paraíba y Ceará, apoyadas por nuestro proyecto Tejiendo Autonomía. Serán más de 200 familias que serán acompañadas hasta el final de 2023, resultando en la concretización de dos safras de algodón.

Mercado Minorista: cursos *online* gratuitos con enfoque en la venta de productos por medio de canales digitales a las beneficiadas por nuestro proyecto Emprendedoras de la Moda, selección de 90 emprendedoras que pasarán por un proceso de tutoría especializada con profesionales de diferentes áreas de Lojas Renner S.A. y, al final, entre 20 y 30 emprendedoras pasarán por un programa de aceleración, teniendo la posibilidad de comercializar sus productos en canales digitales y recibir una orientación completa para acceder a los grandes canales minoristas, incluyendo la oportunidad de venta en el *marketplace* de Renner y de Camicado.

Industria: estimular a 20 estilistas emprendedores de marcas de la moda de autor brasileña a desarrollar prácticas sostenibles de producción y de gestión con un programa de aceleración personalizado.

clientes

compromiso

● comunicación

Creemos que, además de ofrecer líneas de productos menos impactantes (conozca más en la pág. 75), es necesario informar y concientizar a nuestros clientes sobre el proceso productivo de estas piezas y sus diferenciales, empoderando sus elecciones y estimulando hábitos de consumo y uso más sostenibles. Llevamos los conceptos de sostenibilidad a la sociedad en nuestro blog Estilo Renner, mostrando su importancia y comprometiendo a todos para un consumo más sostenible, con contenido sobre comportamientos responsables y estándares de consumo que contribuyen para la preservación del medio ambiente y el respeto con las personas.

● productos

Desde 2018, también usamos el sello Re Moda Responsable para los productos de Renner y, en 2020, el sello YC Change para los productos Youcom, que simbolizan nuestra forma de pensar y practicar la sostenibilidad e identifican nuestros productos, servicios e iniciativas que traen atributos y procesos productivos más sostenibles (conozca más en la pág. 78).

En 2021, llevamos a nuestros clientes Renner 81,3% de los productos de vestuarios lanzados con Sello Re y 38,9 % de los productos Youcom con el sello YC Change y lanzamos colecciones especiales de productos con causa, conectadas a los proyectos apoyados por el Instituto Lojas Renner (conozca más en la pág. 78).



Mueble EcoEstilo en la tienda circular de Renner en el Shopping Río Sur (RJ).

También reforzamos expresivamente la comunicación y el compromiso sobre sostenibilidad y moda responsable a nuestros clientes:

- Hicimos la primera campaña del Sello Re en Argentina y Uruguay.
- Creamos locuciones sobre el Sello Re, que son reproducidas en todas las tiendas en Brasil y América Latina.
- Pasamos a usar materiales explicativos de comunicación visual en las tiendas, identificando coleccio-

nes con el Sello Re.

- Intensificamos colaboraciones con *influencers* para hablar sobre el tema.
- Creamos una página exclusiva sobre sostenibilidad en el e-commerce y un menú del Sello Re en nuestro Blog Estilo Renner, reuniendo todas las comunicaciones sobre el tema, con fácil acceso y de importancia.

● patrocinios

En 2021, destinamos R\$ 3,0 millones a otros patrocinios institucionales, la mayoría de los cuales están vinculados a iniciativas culturales, como el Masp, la bienal y el Instituto Tomie Othake, y el apoyo a la creación de una moda más responsable, patrocinando iniciativas relevantes para la sostenibilidad del sector:

- 5ª edición de Brasil Eco Fashion Week (BEFW): mayor encuentro de moda y sostenibilidad de América Latina, en que participamos de 4 paneles: años de Sello Re (pág. 60), colección de calzados sostenibles en colaboración con Insecta (pág. 77), proyecto de plantío de algodón de sistema agroforestal (pág. 77) y tienda circular (pág. 69).
- Conferencia Brasil Verde Estadão: evento que reunió a representantes de diversas empresas debatiendo e intercambiando sobre buenas prácticas ESG.
- Fórum de la Libertad del Instituto de Estudios Empresariales (IEE): mayor espacio de debate político, económico y social de América, el evento proporciona debates entre grandes conferencistas y fomenta alternativas objetivas y viables para equiparar los problemas de Brasil y de América Latina.
- Congreso Internacional ABIT: encuentro de representantes de la cadena productiva textil y de confección para debatir los caminos para una industria con cada vez más innovación, diseño, tecnología, sostenibilidad y *Compliance*.



Acción del proyecto Renner C Cultural en el MASP en San Pablo.

responsabilidad

Tenemos el compromiso con una oferta responsable de nuestros productos y servicios, principalmente con relación a los productos y servicios financieros de Realice, buscando suministrarles siempre, a nuestros clientes, informaciones claras sobre lo que está siendo ofrecido o contratado para una venta ética y responsable, apoyando, de manera saludable y sostenible, la capacidad financiera de nuestros clientes.

Además de observar los principios definidos en el Código de Conducta, también observamos el respeto a todas las legislaciones, reglamentaciones y orientaciones del Banco Central de Brasil (Bacen) y los códigos de autorregulación de la ABECS (Asociación Brasileña de las Empresas de Tarjetas de Crédito y Servicios) y ACREFI (Asociación Nacional de las Instituciones de Crédito, Financiamiento e Inversión), a las cuales somos voluntariamente asociados.

Ofrecemos capacitación a todos los colaboradores de tienda que venden productos financieros sobre los atributos y características de cada uno de ellos, ofreciendo el conocimiento necesario para una venta alineada a nuestra propuesta de valor y, dos veces por año, capacitaciones de reciclado, garantizando una oferta ética y transparente, identificando la necesidad del cliente, presentando las condiciones de venta, con claridad y objetividad. También aplicamos anualmente el capacitación Acelera, en el 100% de las tiendas de Brasil, para reforzar orientaciones sobre calidad de la venta y procesos y alineamientos diversos.

MONITOREO

Contamos con un proceso de evaluación de la satisfacción del cliente en que, por medio de llamadas, evaluamos si el cliente sabía de la contratación de los productos financieros y si fue informado sobre todas las condiciones. También monitoreamos el Canal de Denuncias, la Defensoría, Reclame Aquí y las redes sociales de la Compañía para identificar casos de no conformidad.

Cuando son constatadas prácticas que llevaron al cliente al error, el área de Calidad investiga el caso, el área de prevención de pérdidas investiga el historial de ventas del colaborador y, si es identificado un acto contrario a los principios deliberadamente, el colaborador involucrado queda desclasificado de las campañas de ventas que generan bonificación. Nuestra campaña de incentivos prevé en el reglamento la importancia de la venta con calidad y penalizaciones en el caso de no conformidades identificadas en las tutorías realizadas por el área de calidad.

Casos generados por errores de entendimiento generan acciones específicas de capacitación. Si se identifica tienda o regional ofensora, con varios casos de no conformidad, se realizan capacitaciones intensivas para corregir desvíos.

COMUNICACIÓN

En el 2021, no identificamos ninguna no conformidad con reglamentos y códigos voluntarios relativos a comunicaciones de Marketing, tanto institucionales como minoristas. Nuestro compromiso también abarca proteger públicos más vulnerables en las acciones de marketing (ej: niños, personas que no entienden términos técnicos del sector, etc.), no promover desinformación o inducir al error sobre nuestros competidores y no sobreestimar nuestras acciones socioambientales.

encantamiento

Encantar 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 la moda. En 2021, alcanzamos el 91,3% de clientes muy satisfechos, superando la meta del 88% y 4p.p. por encima del año anterior, 7,8% de satisfechos y solamente 0,9% de insatisfechos.

Em 2021, também passamos a analisar a percepção de los clientes con relación a la sostenibilidad, alcanzando el 48% de clientes promotores (notas 9 y 10) de recomendación de Renner como una marca sostenible, 10 p.p. más que en 2020.

En el año, conquistamos el 1º lugar del sector en el premio Consumidor Moderno de Excelencia en Servicios de Atención al Cliente y, también, el 1o lugar del sector en el Premio Reclame Aquí.

capitales



ods



AMBIENTAL

05

Buscamos mitigar los impactos ambientales del negocio a partir de una **operación ecoeficiente y de la oferta de productos y servicios más sostenibles.**

GRI 3-3, 301-2, 302-1, 302-3, 302-4, 302-5, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 306-2, TCFD, SASB CG-AA-440a.2, SASB CG-AA-250a.1, CG-AA-250a.2, CG-AA-430a.2, CG-AA-440a.1 TCFD



combate a los cambios climáticos

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

MITIGACIÓN

Seguimos reduciendo continuamente las emisiones del negocio. En 2018, habíamos asumido el compromiso público de que, antes de 2021, reduciríamos en un 20% las emisiones corporativas absolutas de CO₂ frente al año base 2017, nivel superado alcanzando el 35,4% de reducción¹.

¹ Considerando alcances 1, 2 (enfoque por elección de compra) y 3 y comparando los totales de abordaje por localización en 2017 y abordaje por elección de compra para 2021.

Buscamos alcanzar este objetivo trabajando tanto en los aumentos de eficiencia energética en nuestra operación propia y logística (conozca más en la pág. 68).

En 2021, El volumen de emisiones de todas las operaciones aumentó frente a 2020, cuando el total fue significativamente menor por causa de la paralización de las operaciones debido a la pandemia -, pero siguió en reducción frente a 2019, año con operación normalizada y más comparable, presentando también una disminución en la intensidad de emisiones, como es presentado en la tabla a continuación.

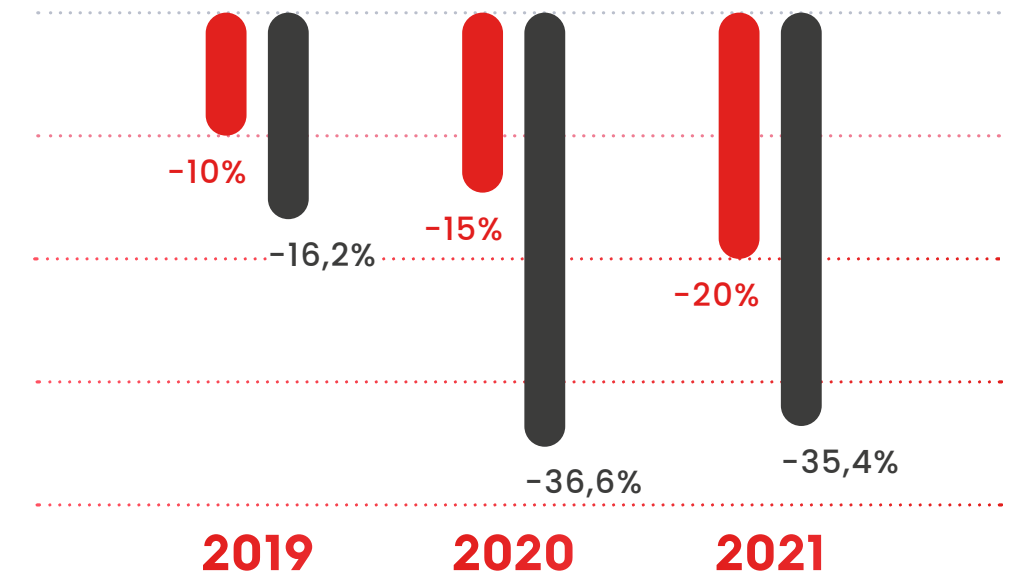
Conozca nuestros inventarios:
<https://bit.ly/3wogkBz>

● STATUS: META ALCANZADA*

● Legenda

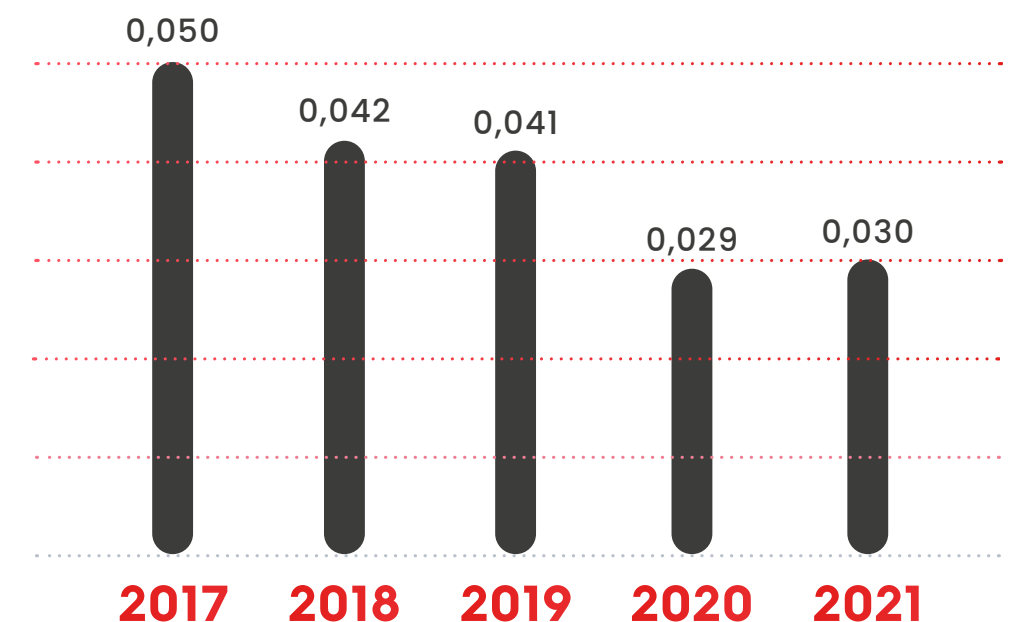
● META

● REALIZADO



* Considerando alcances 1 y 2 (abordaje por elección de compra) y 3 y comparando los totales de enfoque por localización en el 2017 y enfoque por elección de compra en el 2021.

● INTENSIDAD DE EMISIONES (tCO₂e/m² CONSTRUIDO)



Desde el 2017, usamos dos enfoques para el cálculo de las emisiones de alcance:

El enfoque de localización 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). El enfoque de elección de compra usa un factor de emisión específico asociado a cada fuente de generación de electricidad que la Compañía escogió adquirir y consumir.

compensación y biodiversidad

Ponemos en práctica nuestro compromiso con la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas y con el combate a la deforestación en toda nuestra cadena en diversos frentes.

Materias primas: el algodón y la viscosa, las dos principales materias primas usadas en la fabricación de nuestros productos, deben tener certificación que certifique buenas prácticas socioambientales incluso relacionadas a la preservación de la biodiversidad. En el 2021, alcanzamos 99,15% del algodón y 93,1% de la viscosa certificados (conozca más en la pg. 75).

Apoio a projetos de conversação e restauração: En 2021, apoyamos a REDD+ Jari/Amapá, en el ámbito de la compensación de nuestras emisiones, que promueve la conservación forestal y de la biodiversidad protegiendo 65.980 hectáreas y promoviendo el manejo forestal en un área de 121 mil hectáreas. El otro proyecto de compensación apoyado promueve el reúso de aguas industriales, disminuyendo el consumo de agua y liberación del metano, además de generar empleos.

Además de los proyectos de compensación, también apoyamos, desde 2018, el proyecto de Restauración Forestal Voluntaria, que promueve la densificación forestal en la región de Mantiqueira para preservación de la flora y fauna locales y, además, contribuye con la regulación de la disponibilidad hídrica y de la calidad del agua en un área en que se encuentran 13 manantiales de las importantes cuencas hidrográficas Río Grande y Río Jaguarí.

En relación con la actuación en áreas de stress hídrico, tenemos proveedores con proceso mojado en cinco estados en esa condición: Paraná, San Pablo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso do Sul y Mato Grosso. Para apoyar la gestión hídrica responsable, contamos con el Programa Producción + Limpia (conozca más en la pg. 78).

Fuente de emisión de GEIs (tCO ₂ e)	2017	2018	2019	2020	2021
Emisión alcance 1					
Combustión estacionaria	137,3	97,0	103,5	148,4	236,2
Fuentes móviles	21,2	11,6	6,7	0,9	3,0
Equipos de refrigeración / aire acondicionado	5.474,4	3.234,7	3.324,8	4.760,4	4.740,4
Total alcance 1	5.632,8	3.343,3	3.435,0	4.909,7	4.979,5
Emisión alcance 2					
Electricidad comprada y consumida (localización)	17.883,2	13.091,8	13.528,5	10.262,1	23.055,3
Electricidad comprada y consumida (elección de compra)	12.704,1	8.585,5	7.764,7	2.980,9	0,0
Total alcance 2 (localización)	17.883,2	13.091,8	13.528,5	10.262,1	23.055,3
Total alcance 2 (elección de compra)	ND	8.585,5	7.764,7	2.980,9	-
Emisión alcance 3					
Residuos sólidos	489,5	223,6	209,4	95,1	264,3
Viajes por negocios	2.967,7	1.838,3	3.413,8	357,7	596,8
Transporte y distribución (<i>upstream</i>)	16.944,3	20.562,5	22.013,9	19.436,3	22.522,5
Total alcance 3	20.401,5	22.624,3	25.637,0	19.889,2	23.383,6
Total de las emisiones (en toneladas de CO ₂ e) - considerando alcance 2 por el abordaje de localización	43.917,6	39.059,4	42.600,5	35.061,0	51.418,4
Total de las emisiones (en toneladas de CO ₂ e) - considerando alcance 2 por el abordaje de localización	38.738,5	34.553,1	36.836,7	27.779,7	28.363,1
Intensidad de emisiones (tCO ₂ e/m ² del área construida)	0,050	0,042	0,041	0,029	0,030

NUESTRO COMPROMISO NET CERO

En 2021, en línea con nuestro compromiso con Business Ambition for 1.5°C (Ambición de los Negocios para 1,5°C), de la ONU, sometimos a SBTi nuestra meta de reducción de emisiones referente al alcance 1, 2 y 3 para 2030, que fue aprobada y lanzamos nuestro compromiso Net Cero 2050.

Tenemos metas que involucran la aceleración de los cambios en nuestro modelo de negocio, para una moda más responsable.

Nuestro principal desafío en la transición a una economía de bajo carbono está vinculado a la reducción de las emisiones de la cadena de valor en las próximas décadas. Realizamos nuestro inventario de emisiones desde 2010, pero este aún no incluía algunas categorías significativas (bienes y servicios, e-commerce y desplazamiento de colaboradores) del alcance 3 (cadena), de la cual la categoría bienes y servicios representa el 84% de las emisiones. Con la inclusión de este alcance, nuestras emisiones totales aumentaron cerca de 10 veces*.

Por eso, nuestro Plan Estratégico de Reducción de Emisiones prevé esfuerzos para la promoción de avances significativos en la cadena, fomentar cada vez más el uso de materias primas más sostenibles, además de nuestra propia operación, por medio de acciones como las presentadas al lado:

Principales frentes del plan de mitigación de las emisiones

En la cadena de proveedores:

- Transición para uso de energía renovable de bajo impacto en la cadena de suministro.
- Eficiencia energética en la cadena de suministro.
- Dar continuidad y ampliar el uso de materias primas menos impactantes.

En la operación:

- Continuar con uso de energía renovable de bajo impacto.
- Trabajar con equipos más eficientes y fluidos refrigerantes con menor GWP.
- Promover aumentos continuos de eficiencia logística

* Valores referentes a 2019.



Los resultados y avances de nuestra jornada en los últimos años nos impulsan a comprometernos en la búsqueda del NET ZERO (2050). Conozca a continuación los principales avances para la mitigación de las emisiones y adaptación a los cambios climáticos.

** Meta alineada con escenario objetivo muy por debajo de 2°C.

***Estamos comprometidos en la búsqueda por ser NET Zero para 2050, pero esa meta aún no fue sometida a aprobación por la SBTi.

mejores prácticas

Nuestra gestión de los cambios climáticos está fundamentada en iniciativas colaborativas que son referencias en el tema, dándoles fuerza a nuestros compromisos y prácticas.

DESDE 2010

- Nos mantenemos en el Índice Carbono Eficiente (ICO₂) da B3.

DESDE 2014

- Realizamos la publicación de nuestro inventario de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) con verificación por tercera parte y sello Gold del programa brasileño GHG Protocol. Conozca todo el inventario en el enlace: <https://bit.ly/3uRblbP>
- Respondemos voluntariamente al cuestionario del Carbon Disclosure Project (CDP).

DESDE 2016

- Somos un negocio carbono neutro, compensando el 100% de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero.

DESDE 2019

- Somos apoyadores institucionales del Programa Compromiso con el Clima, que une a empresas que desean apoyar proyectos socioambientales y fomentar una economía de bajo carbono al compensar, juntas, sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero.
- Adherimos a la carta del Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS) que defiende la Precipitación de Carbono.

Para fortalecer la relevancia de nuestro compromiso con el combate a los cambios climáticos, hay directores con la remuneración variable de corto plazo relacionada al alcance de metas de combate a los cambios climáticos, a partir de 2021, por medio de temas como eficiencia energética, ampliación de la proporción de energía renovable y reducción de las emisiones en logística.

- Nos comprometemos con la campaña Business Ambition for 1.5°C (ambición de los negocios para 1,5 el C), de la ONU, que invita a 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 Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (UNFCCC).
- Apoyamos a Science Based Targets Initiative (SBTi), iniciativa global que reúne empresas en un camino claramente definido para reducir emisiones en línea con la meta del Acuerdo de París.

DESDE 2020

- Firmamos el Comunicado del sector empresarial brasileño, realizado por decenas de empresas, inversionistas e Instituciones, destinado al Ejecutivo, Legislativo y Judiciario, para reafirmar el compromiso con la agenda del desarrollo sostenible y manifestando preocupación con la percepción internacional negativa de Brasil con relación a la Amazonía. Conozca el documento sustentável e manifestando preocupação com a percepção internacional negativa do Brasil em relação à Amazônia. Conozca el documento: <https://bit.ly/2LOAMGQ>

DESDE 2021

- Assinamos o compromisso referente à Neutralidade Climática e o Movimento Empresarial pela Amazônia, propostos pelo CEBDS.

adaptación

ANÁLISIS DE VULNERABILIDAD

Además de la mitigación de los cambios climáticos también hemos trabajado en nuestra estrategia de adaptación a este escenario, para reducir, controlar los riesgos y generar oportunidades. En 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. Conozca los riesgos y oportunidades analizados e identificados en el Informe Anual 2020: <https://bit.ly/3o9ixM9>

PRECIFICACIÓN

En 2020, realizamos un estudio de precificación de carbono, que atribuye costos a los impactos de los cambios climáticos apoyando la anticipación de impactos, riesgos y oportunidades y, por tanto, representando un instrumento estratégico para la toma de decisión en la jornada de la descarbonización. Conozca más en el Informe Anual 2020: <https://bit.ly/3o9ixM9>

Considerando el precio interno promedio del carbono en el sector minorista de moda en el mundo de R\$ 150/tCO₂e, identificamos que la precificación de carbono tiene potencial de impacto del 1,97% en el lucro a largo plazo.

gestión de energía

reducción del consumo

GRI 302-4, 302-5, TCFD EC31

Nuestro principal impacto ambiental en la operación propia es el consumo de energía. Por eso, trabajamos para tener tiendas cada vez más ecoeficientes. Contamos con una tienda con certificación LEED nivel *silver*, además de nuestra sede y dos tiendas con certificación nivel *gold*.

Desde 2015, adoptamos premisas, conceptos y criterios para construcción y reforma de tiendas con estándares de sostenibilidad, alineados a los aprendizajes de las tiendas certificadas, y con el Proyecto de Gestión de Energía y Activos, adoptamos las mejores tecnologías en automatización, iluminación y aire acondicionado, para aumentos de eficiencia en las tiendas de Renner.

En los seis años del Proyecto, invertimos R\$ 9,8 millones y alcanzamos automatización en el 39% de las tiendas Renner, 11% Ashua, 6% Youcom y 4% Camicado y una de las torres de nuestra sede. En 2021, avanzamos en la implementación de automatización en las tiendas satélites de Camicado, Youcom y Ashua.

LOGÍSTICA

En 2021, superamos la meta de nuestro compromiso público del 25% en el consumo de combustible (diesel) en el modal vial, debido, principalmente, a nuestras iniciativas de aumento de eficiencia en la tasa de ocupación de vehículos y mejores rutas de abastecimiento.

uso de energías renovables

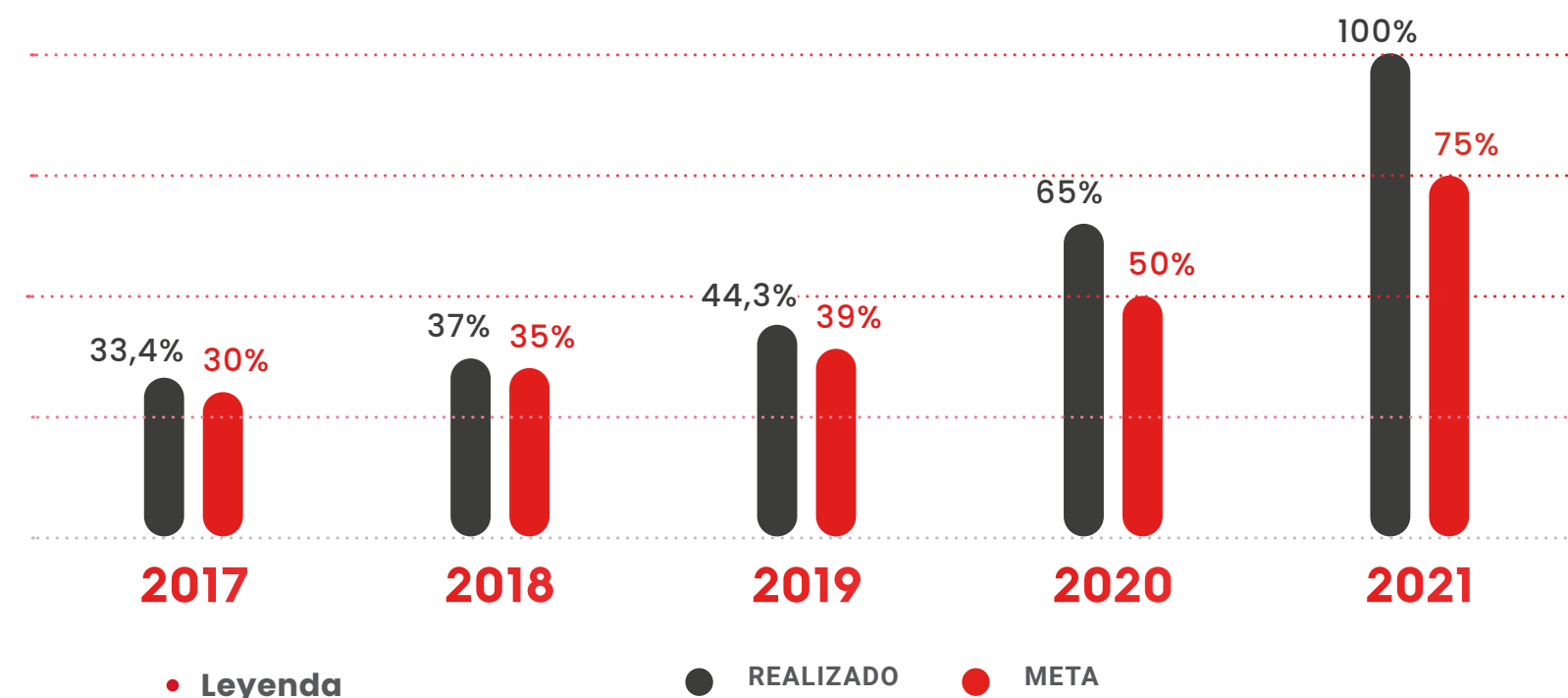
GRI 302-4, 302-5, TCFD EC31

En 2021, alcanzamos nuestro compromiso público del 75% del consumo de energía corporativo de fuentes renovables y de bajo impacto - solar, eólica, biomasa y pequeñas centrales hidroeléctricas (PCH), llegando al 100%.

Además de la compra de energía en el mercado libre (44% de nuestro consumo energético), de certificados de energía renovable I-REC (International REC Standard) y de las haciendas solares que abastecen nuestras tiendas (1% del consumo), en 2021 invertimos en la construcción de un parque eólico en Taractu (PE) por Enel, que alimentará a 170 tiendas y nuestro nuevo centro de distribución.

Además de no emitir gases de efecto invernadero en el proceso de generación, las energías renovables de bajo impacto tienen mejor costo beneficio y generan ahorro. Con relación a la energía convencional del mercado regulado, la energía del mercado libre proporciona un ahorro medio del 25%. Conozca el total de consumo, la intensidad energética y los gastos con energía en la pág 93.

● STATUS: ALCANZADA



transición a una economía circular

69

construcciones menos impactantes

Desde 2018, buscamos incorporar los principios de la economía circular en la construcción de nuevas tiendas, reformas y en el desarrollo de mobiliarios para alcanzar avances en la optimización del consumo de materiales, en la reducción de la generación de residuos y en el uso de materiales con mayor potencial de reciclabilidad.

Desde 2016, también tenemos un nuevo modelo de construcción de tiendas con estructura más simplificada y menor consumo de materiales, que fue usado en el 100% de las inauguraciones de 2021, permitiéndonos importantes reducciones, como:

- 62% menos yeso por m², sumando 92,5 mil m² de yeso ahorrado en el año;
- 69% menos lechada por m², sumando 75,1 toneladas de lechada ahorrada en 2021;
- 91% menos ductos de retorno de aire acondicionado por m², sumando 90,4 de ducto ahorradas en 2021.

¹ Porcentajes consideran la reducción máxima posible de alcanzar, pero no representan que de hecho estos porcentajes son alcanzados en toda obra.



tienda circular

En 2021, inauguramos la primera tienda circular del País, en Río de Janeiro, que alinea la circularidad a la transformación digital para crear una experiencia única para los clientes, con la mejor elección de recursos para reducir el impacto ambiental desde la concepción hasta la operación.

Durante la fase de proyecto fue hecho un estudio de **Evaluación del Ciclo de Vida (ACV)**, que ayudó en la elección de materiales y tomas de decisión de proyecto que redujesen los impactos al medio ambiente a lo largo del ciclo de vida de la tienda.

La Tienda adoptó las premisas de la certificación BREEAM (*Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology*) y está en proceso de obtención de la Certificación LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*). Además de la reducción de impacto, la tienda también le ofrece una experiencia diferenciada al cliente y la promoción de la generación de valor en el pilar social:

- **Nuevo concepto de vitrina y cerrada:** la tienda cuenta con una vitrina abierta integrada al acceso más amplio como un medio de comunicar moda al cliente de una forma 360°, donde él interactúa con el producto físico al mismo tiempo en que las pantallas de fondo traen la percepción de tecnología y omnicanalidad, y una fachada con mayor amplitud en el acceso, calificando las etapas iniciales de la experiencia del cliente (motivación y navegación).
- **Jornada omni:** aportamos soluciones que tengan más sentido para los usuarios, evolucionando las experiencias ofrecidas en la tienda, elevando el protagonismo de los consumidores y dando aún más autonomía a la experiencia de compra. Los clientes cuentan con tótems para acceder al catálogo digital (estante infinito), pantalla en la perfumería para apoyar la experiencia de elección de perfumes, más cajas de autoservicio y dispositivos de venta móvil (60% más que en la tienda tradicional) y espacio dedicado al retiro de productos comprados *online*.
- **Probadores:** los ambientes de probadores fueron rediseñados para calificar el momento de la experimentación, potenciando los puntos de valor para el usuario y promoviendo inclusión, pluralidad y socialización, a través de un lounge de entrada y oferta de cabinas individuales, sin distinción de género.
- **Iluminación:** el nuevo proyecto de iluminación, además de la eficiencia, privilegia al producto y ayuda a guiar la circulación del cliente a través de proyecto luminotécnico pensado para calificar la experiencia del cliente.



Exposición en la entrada de la tienda, con videowall al fondo.

- **Compromiso:** la comunicación de la tienda, por medio de paneles y *QR Codes*, presenta los temas de sostenibilidad y circularidad, apoyando el proceso de concientización y aumento de percepción de los clientes sobre los diferenciales.
- **Biofilia:** usamos elementos naturales trayendo mayor identificación con el propósito de la tienda y bienestar a los usuarios.
- **Espacio Re:** espacio que cuenta con una curaduría de productos con el sello Re Moda Responsable, además del colector unificado del Ecoestilo, nuestro programa de logística inversa de frascos y envases de perfumería, y ropas en desuso.
- **Capacitación de colaboradores:** durante los seis meses en que la tienda estuvo en obra, el Instituto Lojas Renner capacitó a personas en situación de vulnerabilidad para actuación en el mercado minorista. Nuestros colaboradores de la tienda también recibieron capacitaciones sobre circularidad sostenibilidad, recorrido digital, omnicanalidad, diversidad, productos y materias primas responsables para pasar a actuar en la Tienda Circular.
- Todos los proveedores involucrados en la creación de la tienda fueron capacitados y desarrollados con relación a los conceptos de sostenibilidad.



Nuestra Tienda Circular reduce el impacto ambiental de su construcci3n y operaci3n:

- reaprovechamos el 97% de los residuos generados en la obra;
- redujimos en un 37% el volumen de madera usado, tanto con mobiliarios modulares, optimizados, con materiales m1s durables y perennidad est3tica, como con la priorizaci3n de materiales m1s sostenibles reciclados y reciclables en la reforma. Solo de acero estructural, por ejemplo, con la recuperaci3n de los elementos existentes, dejamos de usar 8,5 toneladas;
- el consumo de agua en la operaci3n es del 56% menor que en tiendas convencionales;
- los maniquíes de la tienda son 100% reciclables, y ya tienen destino definido por logística inversa para remanufactura con el proveedor, para que retorne a su cadena para convertirse en nuevos productos;
- la tienda es abastecida por energía e3lica y cuenta con equipos con mayor eficiencia energ3tica, control autom1tico de iluminaci3n y sensores de ausencia, que ayudan a reducir el consumo de energía.

Con todo eso, la tienda alcanza una reducci3n del 24% en su potencial de calentamiento global y la emisi3n de CO₂ evitada en la construcci3n y operaci3n (en un escenario de 20 años) corresponde a la restauraci3n de un 1,5 hect1reas de Bosque Atl1ntico. Eso equivale a la plantaci3n de tres mil 1rboles y su mantenimiento por dos d3cadas.

Espacio Re de la tienda circular de Renner en el Shopping Río Sur en Río de Janeiro (RJ).

embalajes

Grupos de trabajos de todos los negocios componen el Proyecto Embalajes Responsables, dirigido a mapear y construir propuestas para embalajes con menor impacto ambiental. Con el Proyecto, priorizamos las acciones de eliminación y reducción de plástico de uso único, con enfoque en los embalajes para el consumidor final, y formalizamos las recomendaciones de sostenibilidad, teniendo como premisa inicial la no generación de residuos, analizando las opciones disponibles en el mercado y evaluando detalladamente el consumo de materiales en embalajes. A partir de estos estudios, identificamos si el embalaje está en su modelo más eficiente, promoviendo el uso de embalajes menos impactantes para el medio ambiente y para la sociedad.

Del total de los embalajes usados en nuestras tiendas, Centros de Distribución y *e-commerce* en 2021, 64% son de papel/cartón y 36% de plástico. Los embalajes de papel/cartón, tanto en los CDs como en las tiendas, son 100% certificadas FSC. Entre los embalajes plásticos, 32% son reciclables.

En 2021, creamos proyectos piloto e iniciativas para la reducción del impacto ambiental en los embalajes en tiendas, *e-commerce* y CDs, buscando la disminución gradual de nuestro consumo de plásticos de uso único, los cuales se presentan a continuación.

¹ Forest Stewardship Council, estándar que garantiza un manejo forestal responsable.

PILOTOS

- Prueba de sustitución de plástico de protección individual por papel en la parte interna de los embalajes del *e-commerce* para productos de perfumería;
- Retirada de plástico de los embalajes del *e-commerce* para entrega de los productos de Collab con Insecta;
- Pruebas de viabilidad para sustituir el plástico que acomoda la factura fiscal por una etiqueta en papel, impresa con todas las informaciones.
- Pruebas para la sustitución de la película plástica usada en el movimiento interno del CD de Camicado por cintas reutilizables.
- Maleta hecha a partir de reaprovechamiento de piezas de ropas para la fashion delivery (programa de entrega de maleta con productos de Renner para clientes), hecha por la cooperativa Novos Horizontes, grupo de mujeres emprendedoras apoyado por el Instituto Lojas Renner.

CAMBIO DE PROCESO

- Embalajes de plástico 75% reciclado de posconsumo para la tienda Circular;
- Roadmap de eliminación de embalajes plásticos en las tiendas de Renner que aún poseen este material y sustitución por bolsas de papel con certificación FSC;
- Reducción del uso de plásticos de protección en el CD.
- Para los clientes, ofrecemos, desde 2011, el servicio de logística inversa para embalajes de perfumería, Ecoestilo (conozca más en la pág. 73).

reciclado

GRI 306-1 | 306-2

RESIDUOS DE LA OPERACIÓN

La gestión de residuos sólidos en Lojas Renner S.A. tiene como objetivo reducir el volumen de residuos generados y garantizar la correcta separación, manipulación, acondicionamiento y disposición final, evitando la contaminación e incentivando su re inserción en el ciclo productivo a partir del reciclado, siendo 100% adherente a la Política Nacional de Residuos Sólidos. Para la reducción de la generación de residuos en los CDs, promovemos el reúso de los embalajes de cartón y el reaprovechamiento del cartón fragmentado en sustitución a las almohadas de aire en las cajas de productos de belleza en los productos enviados a las tiendas, posteriormente enviado al reciclado.

En 2021, no cumplimos la meta de reducción del 10% de la generación de residuos, debido a la reanudación del ritmo de nuestras operaciones después del pico de la pandemia, sumando 2.717,8 toneladas de residuos generados, siendo 92% enviados a reciclado.

LOGÍSTICA INVERSA PARA LOS CLIENTES

Les ofrecemos a nuestros clientes un servicio de logística inversa, EcoEstilo, en las categorías perfumería y ropas, en más de 330 tiendas. Desde 2011, embalajes y frascos de perfumería y belleza pueden ser descartados en los colectores Ecoestilo de perfumería en las tiendas, aunque estos no hayan sido adquiridos en Renner. Los residuos recolectados reciben la destinación ambientalmente correcta, evitando la contaminación del medio ambiente. En 2021, fueron 48,3 toneladas, sumando más de 290 toneladas desde el inicio del programa, con la destinación ambientalmente correcta, y alcanzamos el 54% de los vidrios y embalajes recolectados reciclados.

Desde 2017, los clientes también pueden descartar sus ropas, compradas en las tiendas de Renner o no, en los colectores Ecoestilo de ropas. En 2021, fueron 5,6 toneladas de ropas recolectadas, sumando, aproximadamente, 12,2 toneladas desde 2017, que fueron destinadas a reciclado, por medio del desfibrado, reutilización por *upcycling* o donación.

PRODUCTOS CON MATERIALES RECICLADOS O REAPROVECHADOS

Con el programa Producción + Limpia 4.0 (conozca más en la pág. 78), promovemos la reducción de la generación de residuos en el proceso productivo y la re inserción de residuos en la cadena productiva. En la creación de algunas de nuestras colecciones, usamos la técnica de *upcycling* para evitar el desperdicio de materiales, confeccionando piezas hechas con la re inserción creativa de materias primas que serían descartadas en el ciclo de producción, usando el excedente de tejidos ya existentes para crear nuevos productos y darles nuevos usos a un material que ya no tendría lugar en el mercado.

reducción del desperdicio

CALIDAD

Tenemos un cuidado especial con la calidad, adecuando los productos, de acuerdo con las mejores prácticas internacionales, y contribuyendo con un modelo que amplía el ciclo de vida de los productos. Realizamos inspecciones de calidad en productos en diferentes fases, permitiendo corregir eventuales problemas y mejorar la calidad de los productos vendidos. Fueron cerca de 122 mil pruebas y 382 auditorías en tiendas realizadas en 2021. En el año también redujimos la devolución de productos por defecto de fabricación en relación al total de piezas vendidas de 0,07% al 0,06%.

SURTIDO MÁS PRECISO

Los análisis predictivos y decisión de surtido basada en datos e inteligencia artificial (conozca más en la pág. 13) apoyan la Moda Responsable: cada vez más producimos lo que el cliente efectivamente quiere, reduciendo las reprogramaciones y las faltas de inventarios, evitando tener que producir aún más para alcanzar las metas de ventas y, como consecuencia, el consumo de recursos naturales y descarte de sobras de productos.

AMPLIACIÓN DE LA VIDA ÚTIL

En 2021, después de una colaboración exitosa en 2020 y con mucha adhesión de nuestros clientes, hicimos la adquisición de Repassa, plataforma nativa digital de reventa de ropas y accesorios usados. Con esto, ade-

más de ampliar nuestra actuación en el ecosistema de moda y *lifestyle*, pasamos a ofrecer un servicio que estimula el consumo consciente y la ampliación de la vida útil de las piezas.

Con 38,3 mil bolsas de ropas recibidas en 2021, 2,4 veces más que en 2020, Repassa generó gran reducción del impacto ambiental y generación de valor social:

● REDUCCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL AL EVITAR PRODUCCIÓN DE NUEVAS PIEZAS

R\$ 316 K

donados para las ONGs asociadas

826

millones de litros de agua

3,7 K

toneladas de CO₂ menos

19,7

millones de KW/h

=

=

=

196 K

ropas donadas

765 K

personas bebiendo agua por un año

167 K

árboles absorbiendo CO₂ por un año

22 K

Familias consumiendo energía por un mes

productos y servicios sostenibles

75

GRI 301-2 | SASB CG-AA-440a.2



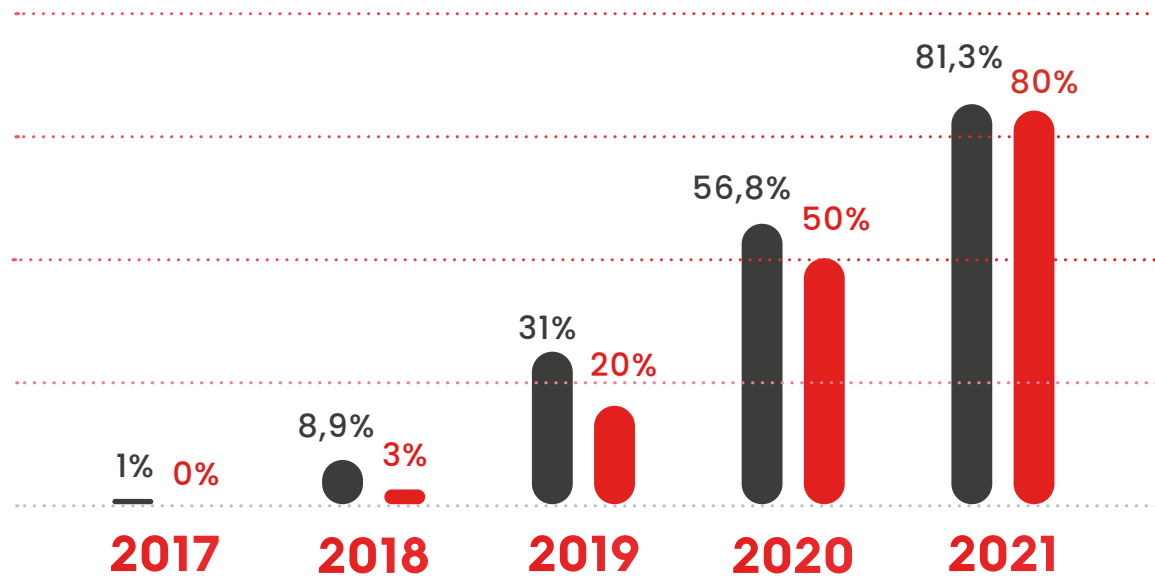
La colección de Renner con Insecta reaprovechó más de 4 mil metros de sobras de tejidos.

Entendemos que el camino para la Moda Responsable necesariamente pasa por construir una oferta de productos y servicios menos impactantes, propósito materializado por el Sello Re Moda Responsable (Renner) y YC Change (Youcom), que identifican productos con materias primas o procesos con menor impacto ambiental y mayor generación de valor en la cadena.

En 2021, superamos la meta de nuestro compromiso público que preveía alcanzar en el año 80% de nuestras piezas de vestuario de Renner con Sello Re, llegando al 81,3% de piezas con el Sello Re Moda Responsable .

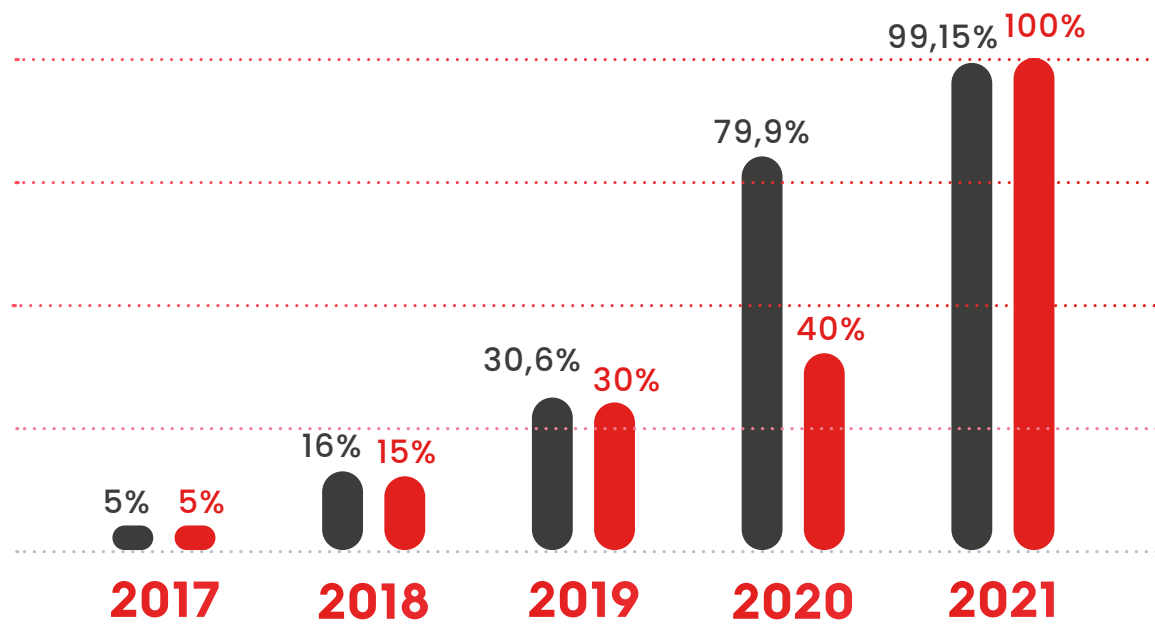
● **STATUS: META ALCANZADA**

81,3% DE PRODUCTO RE



● **STATUS: META PARCIALMENTE ALCANZADA**

99,15% DE algodón **CERTIFICADO**



● **Legenda**

● **REALIZADO** ● **META**



Colección especial de algodón responsable del sello Re.

Con relación a los productos de algodón, alcanzamos un 99,15% de los productos con algodón certificado, frente a la meta del 100%. Esta diferencia está justificada, principalmente, por el impacto de la pandemia, donde fueron necesarios ajustes y prórrogas en pedidos, llevando a la recepción de una pequeña parte de productos sin algodón certificado.

Para alcanzar las metas, hemos trabajado en la capacitación y alineamiento de los proveedores de reventa, en el apoyo a la innovación y desarrollo sectorial y en el compromiso 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.

También llegamos al 92,9% de productos a partir de fibra de madera (viscosa, modal y liocel) con origen y producción responsables (proveniente de proveedores con por lo menos 20 buttons en la evaluación del informe Canopy Hot Button Report) y rastreabilidad documental, lo que apoya nuestro compromiso con la biodiversidad y la preservación y mitiga el riesgo de deforestación en la cadena productiva de estas materias primas, que es donde nuestro negocio tiene mayor interfaz con este riesgo.

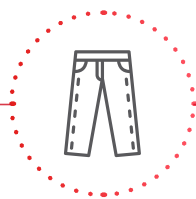
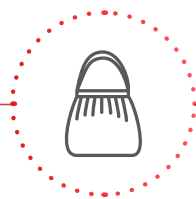
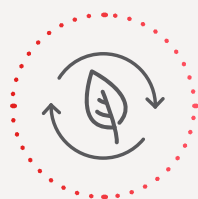
Conozca en nuestro sitio web la lista de materias primas y procesos menos impactantes que componen los atributos del Sello Re e YC Change: <https://bit.ly/3KSVaAj>

Con relación al cuero, llegamos al 20,8% del cuero en Renner con certificación Leather Working Group (LWG).

Conozca a continuación las principales colecciones especiales de productos con atributos de sostenibilidad.



Seguimos invirtiendo en el proyecto piloto innovador de una *startup* que promueve el plantío de algodón por los principios de regeneración de sistema agroforestal, auxiliando en la regeneración del suelo y en la captura de CO₂, apoyando la neutralización de las emisiones de las etapas posteriores del proceso productivo. El algodón cosechado será destinado a una nueva colección.



RE ACCESORIOS

Colección hecha con hilo reciclado y producción basura cero, producida en colaboración con el Movimiento Yo Visto el Bien, apoyado por el Instituto Lojas Renner, para empoderamiento de mujeres encarceladas y egresas del sistema carcelario.

RE MINAS

colección hecha con algodón agroecológico del norte de Minas Gerais, producido por mujeres apoyadas por el Instituto Lojas Renner.

RE JEANS Y TENIS CON MATERIAL REAPROVECHADO

colección de productos de jeans con algodón responsable y tenis (zapatillas) producidos a partir de piezas en jeans que fueron colectadas por el programa Ecoestilo, además de otras piezas con defecto, que estaban almacenadas en nuestro centro de distribución.

COLLAB INSECTA

Colección Renner trayendo piezas de vestuario, carteras y calzados a partir de tejidos reciclados o parados en los inventarios de los proveedores.

RE JEANS

Colección de jeans con algodón responsable, tejidos reciclados, menor consumo de agua y teñido natural.

ALGODÓN ORGÁNICO

Colección Renner que lleva en el título su materia prima cultivada y cosechada en Brasil, de forma artesanal y sin uso de agrotóxicos.

STUDIO MARFINNO

Colección Renner de calzados hechos con materiales reciclados, ropas con teñido natural en tejidos reciclados, lino certificado y viscosa y algodón responsables y, además, productos de belleza Alchemia que aprovecharon la materia prima de parte de la colección Re Minas para extraer aceite de las semillas de algodón agroecológico.

YC CHANGE

Colecciones Youcom con atributos más sostenibles con el sello YC Change.

GRAFFITI

Colección Youcom en collab con artistas de la comunidad Bom Jesus, en Porto Alegre (RS), revirtiendo fondo para el Instituto Lojas Renner.

MAESTRAS DEL BARRO

Colección de Camicado con piezas de cerámica artesanales producidas por las mujeres apoyadas por el Instituto Lojas Renner en Vale do Jequitinhonha (MG).

En Camicado, en 2021, mapeamos la cadena de suministro nacional e internacional buscando identificar la rastreabilidad y origen de los materiales, e iniciamos el desarrollo de capacitaciones para los equipos de compras para apoyar la toma de decisión orientada por atributos de sostenibilidad. El objetivo era lanzar dos colecciones con atributos de sustentabilidad y logramos lanzar tres.

procesos menos impactantes

GRI 308-2, SASB CG-AA-250a.1, CG-AA-250a.2, CG-AA-430a.1, CG-AA-430a.2, TCFD ECC31

Contamos con sistema de gestión ambiental que cubre el 100% de nuestras operaciones, buscando garantizar la conformidad con la reglamentación ambiental, la definición clara de los papeles y responsabilidades, la toma de acciones correctivas para estimular la mejoría continua, la auditoría interna y el monitoreo de indicadores.

Adicionalmente, desde el 2017, realizamos el Programa Producción más Limpia (P+L) junto a los Proveedores de Reventa. Actualmente, el P+L 4.0 abarca proveedores estratégicos y confiables de todas las cadenas de reventa de Renner y Youcom, que representan el 40% de los pedidos, buscando estimular la ecoeficiencia en sus procesos productivos y la mejoría del desempeño ambiental.

Además del apoyo a la ecoeficiencia, evaluamos la conformidad y gestión ambiental en las auditorías del 100% de nuestros Proveedores de Reventa nacionales e internacionales (conozca más sobre las auditorías en la pág. 49), con base en el estándar de Higg Index de Sustainable Apparel Coalition. En total, el 29% de los proveedores también completaron la autoevaluación Higg en el año.

Para avanzar con relación a todos los pilares del Programa, la Universidad Renner ofreció, para los proveedores que tienen acceso a la UR, capacitación para la formación de sus gestores ambientales en cuatro módulos: aspectos legales, desempeño, innovación y optimización.

Además, a lo largo del año desarrollamos diversas capacitaciones, contenidos y manuales sobre los temas ambientales relacionados a cada pilar del P+L.

Conozca a continuación los principales avances del proyecto en cada frente.

AGUA

En 2021, alcanzamos al 100% de proveedores de la cadena del jeans certificados para reportar los datos de consumo de cada pieza. **Del total de pedidos jeans entregados Renner S.A, 40% son clasificados como de bajo consumo de agua en las etapas de confección y terminación, ahorrando por lo menos 300 millones de litros de agua (retirada del cuerpo hídrico).**

El programa tiene gran importancia considerando que en nuestra cadena, hay proveedores con procesos mojados ubicados en estados brasileños que pasan por crisis hídrica: Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso do Sul y Mato Grosso.

ENERGÍA

Hemos trabajado junto a los proveedores en la concientización de acciones sobre la importancia del uso de energía renovable de bajo impacto e iniciativas de eficiencia energética eléctrica, y ya alcanzamos el 19% de las participantes del P+L abastecidas por energía renovable de bajo impacto.

RESIDUOS

En 2021, evitamos la generación de más de 830 kilos de residuos textiles, reinsertados en el ciclo productivo, que dieron origen a las colecciones Re Jeans y Re Malha (conozca más en la pág. 77). **Desde el inicio del proyecto, recolectamos más de 2,8 mil toneladas de residuos, destinados a uso como materia prima en otros segmentos, que dejaron de ser destinadas a vertederos y tuvieron nuevas utilidades.**

SEGURIDAD QUÍMICA

Tenemos el compromiso de eliminar químicos potencialmente tóxicos de nuestra cadena antes de 2030 y enfocarnos en el desarrollo de toda la cadena de suministro. Por eso, en 2021, suministramos para nuestros proveedores la primera cartilla Renner, con base en las normativas de REACH, ABNT y AFIRM, en que el proveedor tiene acceso a las directrices de adecuación de las sustancias químicas tóxicas y estamos realizando capacitaciones y visitas técnicas para apoyarlos.

En 2021, avanzamos en la adecuación del 100% de la cadena del jeans en todos los grupos de químicos tóxicos, para todos los nuevos desarrollos, además del control a través de herramientas de gestión, tales como inventario químico, mapeo de toda la cadena de suministro para todos los productos Renner. A partir de 2022, el proyecto seguirá para los próximos pasos y contemplará pruebas anuales, para comprobar la eficacia de la gestión realizada. A partir de estas pruebas, dispondremos un portafolio de proveedores comprobadamente seguros con relación a los químicos usados.

EMISIONES DE GEI

desarrollamos e implementamos un sistema de gestión de datos que calcula las emisiones de gases de efecto invernadero de las fábricas de los proveedores, e implementado un proyecto piloto en proveedores que representan el 5,3% del volumen de elástico producido, **apoyando la compensación de 100% de las emisiones del alcance 1 y 2, convirtiéndose en "fábrica neutra"**.

EFLUENTES

todos los proveedores que generan efluentes tienen la conformidad de la gestión de efluentes evaluada por medio de las auditorías (conozca más en la pág. 49). **Em 2021, 100% dos fornecedores diretos (tier 1) e seus contratados (tier 2) estavam em conformidade em relação aos efluentes.** Adicionalmente, 52% das lavanderias da cadeia do jeans trabalham com práticas de recirculação de água em seus processos fabris.

SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

ampliamos la implementación del Sistema de Datos Ambientales (SDA), desarrollado con tecnología propia, de 12 a 141 proveedores estratégicos Renner, Ashua y You-com, permitiéndonos una mejor gestión de los indicadores ambientales en la cadena y evaluar con mayor precisión la intensidad de impactos ambientales de nuestros productos.



Contrato con Enel para el suministro de energía eólica atenderá casi a la mitad de las unidades de la marca Renner en el País.

herramientas de lectura

80

índice GRI

Normas Universales		Referencia (pg.) / Respuesta directa	Relación con ODS
Contenidos generales			
La organización y sus prácticas de relato			
2-1	Detalles de la organización	Lojas Renner, Sociedad Anónima S.A. con capital abierto, con sede en Porto Alegre (RS). Más detalles en la pg. 7	
2-2	Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización (Alcance de Controladas)	Todas las controladas de la Compañía, excepto cuando sea indicado lo contrario, presentadas en la nota explicativa 13.3, en la pg. 61 de los Estados contables, disponibles en https://bit.ly/3JBmAcX	
2-3	Período de relato, frecuencia y punto de contacto	Anual, publicado en abril del 2022, abarca información del 1º de enero al 31 de diciembre de 2021, mismo período del reporte financiero.	
2-4	Reformulaciones de información	No hubo	
2-5	Verificación externa	Pg. 96	
Actividades y colaboradores			
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Pgs. 7, 15 y 88	
2-7	Colaboradores	Pg. 89. Números de colaboradores con base en el total al final del período de relato.	
2-8	Colaboradores que no son empleados	Información no disponible	
Gobernanza			
2-9	Estructura de gobernanza y composición	Pgs. 28, 30 y 87	
2-10	Nombramiento y selección del Consejo	Política de Indicación y Remuneración de los Administradores: https://bit.ly/3vjyh3q	
2-11	Presidente del Consejo	Pg. 28	
2-12	Papel del Consejo en la gestión de los impactos	El Consejo es el validador de políticas, principios y estrategias sin periodicidad fija definida, y supervisa los procesos de gestión de impactos y diligencia por medio de sus Comités (pg. 31).	

Normas Universales		Referencia (pg.) / Respuesta directa	Relación con ODS
2-13	Delegación de responsabilidad por la gestión de impactos	Pg. 31. El Consejo delega responsabilidad por la gestión de riesgo a sus sus comités y a las Direcciones Ejecutivas, además de los equipos directamente involucrados en la gestión de riesgos (pg. 34).	
2-14	Papel desempeñado por el más alto órgano de gobernanza en el relato de sostenibilidad	El Consejo se involucra en la definición y seguimiento de la materialidad (estrategia de sostenibilidad) y aprueba el Informe, por medio de su Comité de Sostenibilidad. El informe anual pasa por la revisión y aprobación de la dirección, incluso del director-presidente.	
2-15	Conflictos de Interés	y establece que los conflictos en el ámbito del Consejo sean divulgados en las acta de las reuniones: https://tinyurl.com/2p88jckt	
2-16	Comunicación de preocupaciones críticas	El Consejo supervisa y orienta la gestión de preocupaciones críticas por medio de sus reuniones y de los encuentros periódicos con sus comités.	
2-17	Conocimiento colectivo del más alto órgano de gobernanza	Pg. 31	
2-18	Evaluación del desempeño del Consejo	Pg. 31	
2-19	Políticas de remuneración		
2-20	Proceso para determinación de la remuneración	Pg. 33. Más detalles en la Política de Indicación y Remuneración de los Administradores - https://bit.ly/3vjyh3q - y en el Reglamento del Comité de Personas - https://bit.ly/3KveHpf	
2-21	Proporción de la remuneración total anual	Pg. 89. No incluye proporción en relación al porcentual de aumento, confidencial.	
Estrategia, políticas y prácticas			
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Pgs. 4 y 15 a 18	
2-23	Políticas de compromisos		
2-24	Incorporando las políticas de compromisos	Pg. 36	
2-25	Procesos para remediar impactos negativos	Pgs. 37 y 38	
2-26	Mecanismos para buscar orientación y exponer preocupaciones	Pg. 38	
2-27	Conformidad con leyes y reglamentos	Pgs. 87, 88 y 92	
2-28	Participación en asociaciones	Pg. 18	16
2-30	Tasa de colaboradores cubiertos por acuerdos de negociación colectiva o representados por sindicatos	Pg. 89	
Comprometimiento de stakeholders			
2-29	Enfoque para el comprometimiento de <i>stakeholders</i>	"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 encuesta de materialidad presencial y <i>online</i> y serán continuamente comprometidos en el programa de comunicación y comprometimiento para la sostenibilidad. Los <i>stakeholders</i> prioritarios fueron: Colaboradores, Proveedores Administrativos, Proveedores de Reventa y sus subcontratados, Proveedores de materia prima, Clientes, Asociados del Instituto Lojas Renner, Inversionistas, Órganos sectoriales, Consultorías e Influenciadores. "	

Normas Universales		Referencia (pg.) / Respuesta directa	Relación con ODS
Tópicos materiales			
3-1	Proceso para determinar los tópicos materiales	Pg. 16	
3-2	Lista de tópicos materiales	Pg. 16	
3-3	Gestión de tópicos materiales	Pg. 25, 44 y 63	
Normas específicas			
Desempeño Económico			
201-1	Valor económico generado y distribuido	Pg. 20 y 27	8 y 16
Prácticas de Compra			
202-1	Proporción del salario más bajo, descrito por género, comparado al salario mínimo local	El salario más bajo para todos los géneros equivale al salario mínimo local en los países en que actuamos. Información sobre otros trabajadores que no son colaboradores no están disponibles.	10 y 12
Prácticas de Compra			
204-1	Proporción de gastos con proveedores locales en unidades operativas importantes	Pg. 88	12
Anticorrupción			
205-2	Comunicación y entrenamiento en políticas y procedimientos de combate a la corrupción	Pg. 87	16
205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas tomadas	Pg. 87	16
Contenidos ambientales			
Materias primas			
301-1	Materiales utilizados, descritos por peso o volumen	Pg. 93 (renovables)	7,8, 12 y 13
Energía			
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Pg. 93	7,8, 12 y 13
302-3	Intensidad energética	Pg. 93 (incluye energía eléctrica consumida dentro de la Compañía)	7,8, 12 y 13
302-4	Reducción del consumo de energía	Pg. 68	7,8, 12 y 13
302-5	Reducciones en los requisitos energéticos de productos y servicios	Pg. 68	7,8, 12 y 13
Emisiones			
305-1	Emisiones directas (Alcance 1) de gases de efecto invernadero (GEI)	Pg. 92	3, 12 y 13
305-2	Emisiones indirectas (Alcance 2) de gases de efecto invernadero (GEI) provenientes de la adquisición de energía	Pg. 92	3, 12 y 13
305-3	Otras emisiones indirectas (Alcance 3) de gases de efecto invernadero (GEI)	Pg. 92	3, 12 y 13
305-4	Intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Pg. 93	13
305-5	Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Pg. 64	13

Normas Universales		Referencia (pg.) / Respuesta directa	Relación con ODS
Residuos			
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados a residuos	Pg. 73	12
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados a residuos	Pg. 73. La destinación de los residuos es hecha por terceros en línea con la legislación y hacemos la gestión en nuestro sistema de gestión ambiental.	3 y 12
306-3	Residuos generados	Pg. 93	12
Evaluación Ambiental de Proveedores			
308-1	Porcentual de nuevos proveedores seleccionados con base en criterios ambientales	100% son homologados, lo que incluye criterios relativos a medio ambiente.	12
308-2	Impactos ambientales negativos significativos reales y potenciales en la cadena de proveedores y medidas tomadas al respecto	Los 533 proveedores de reventa (tier 1) Renner son evaluados con respecto a los impactos ambientales y todos potencialmente generadores de impacto (conozca más en la pg. 33 de nuestro informe 2020: https://bit.ly/3KbB3MP). Los proveedores participantes del P+L generan mejorías a partir de la participación en el programa.	12
Contenidos sociales			
Empleo			
401-1	Total y tasas de nuevas contrataciones de empleados por edad, género y estado/país	Pg. 91	5
401-3	Tasas de retorno al trabajo y retención después de licencia de maternidad/ paternidad, descritas por género	Pg. 90	5
Capacitación y Educación			
404-1	Media de horas de capacitación por año, por empleado	Pg. 90 (no hay datos disponibles segmentados por género)	4
404-3	Porcentual de empleados que reciben evaluaciones regulares de desempeño y de desarrollo de carrera	Pg. 91 (no hay datos disponibles segmentados por género)	4, 5 y 8
Diversidad e Igualdad			
405-1	Composición de los grupos responsables del gobernanza corporativa y descripción de empleados por categoría, de acuerdo con género, edad, minorías y otros indicadores de diversidad	Pgs. 30, 32, 89 y 90	5
405-2	Razón matemática del salario y remuneración entre mujeres y hombres, descrita por categoría funcional y unidades operativas relevantes	Pgs. 89 y 90	5
No Discriminación			
406-1	Casos de discriminación y medidas correctivas tomadas	Pg. 87. Todos los casos son evaluados y ha establecido como plan de reparación: advertencia formal, advertencia verbal, demisiones, desarrollo de Normas, monitoreo y revisión de procesos/procedimientos.	8
Libertad Sindical y Negociación Colectiva			
407-1	Operaciones y proveedores en que el derecho a la libertad sindical y a la negociación colectiva puede estar en riesgo	Fueron identificados dos proveedores con no conformidades con relación a la libertad de asociación, en Bangladesh, que obtuvieron clasificación D en la auditoría y fueron desactivados de la cadena de proveedores de Renner. Conozca más sobre la gestión en la cadena para garantizar estos derechos en la pg 49.	8 y 16

Normas Universales		Referencia (pg.) / Respuesta directa	Relación con ODS
Trabajo Infantil			
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Fueron identificados tres proveedores con no conformidades en relación con el trabajo infantil, en China, de los cuales dos obtuvieron clasificación D en la auditoría y fueron desactivados de la cadena de proveedores de Renner y uno continúa como proveedor de Camicado, donde está desarrollando/implementando un plan de acción para solucionar las no conformidades identificadas. Conozca más sobre la gestión en la cadena para garantizar este derecho en la pg 49.	8 y 16
Trabajo Forzado o Análogo al Esclavo			
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzado o análogo al esclavo	No hay riesgo en las operaciones propias. Conozca más sobre la gestión en la cadena para garantizar este derecho en la pg 49.	5, 8 y 16
Evaluación en Derechos Humanos			
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	100% de los colaboradores tienen consciencia del Código de Conducta y 39% fueron entrenados sobre el tema en el año.	5 y 16
Evaluación Social de Proveedores			
414-1	Porcentual de nuevos proveedores seleccionados con base en criterios relativos a derechos humanos	100% son homologados, lo que incluye criterios relativos a derechos humanos.	5 y 16
414-2	Impactos negativos significativos reales y potenciales en derechos humanos en la cadena de proveedores y medidas tomadas al respecto	Todos los 533 proveedores de reventa (tier 1) Renner son evaluados con respecto a los impactos en derechos humanos y todos potencialmente generadores de impacto (conozca más en la pg. 33 de nuestro informe 2020: https://bit.ly/3KbB3MP). Los proveedores que participan de nuestros programas de calificación (pg. 54) generan mejoras a partir de la participación en el programa.	8, 12 y 16
Políticas Públicas			
415-1	Valor total de contribuciones financieras para partidos políticos y políticos descritas por país y destinatario/ beneficiario	La Compañía no hizo contribuciones, directa o indirectamente, a partidos políticos, campañas políticas o asociaciones de lobby.	16
Suplemento Sectorial			
AF1	Contenido y cobertura del Código de Conducta	Pg. 49	16
AF7	Cantidad y local de los puestos de trabajo cubiertos por el Código de Conducta	100%	8, 10 y 12
AF8	Número de auditorías realizadas y porcentaje de los locales de trabajo auditados	Pg. 49	12
AF9	Casos de incumplimiento de los requisitos legales o acuerdos colectivos de trabajo sobre salarios	Pg. 49	10 y 12
AF10	Casos de incumplimiento con las normas relacionadas a horas-extras	No hubo	12
AF12	Incidentes del uso de trabajo infantil	No hubo	12
AF13	Casos de no conformidad con las normas en materia de discriminación de género	Pg. 49	12
AF15	Análisis de datos de auditorías de conformidad de Código	Pg. 49	12
AF16	Prácticas de remediación en respuesta a las constataciones de no conformidad	Pg. 49	12
AF17	Las acciones para identificar y mitigar negocios prácticas que afectan el cumplimiento del código	Pg. 49	12

Índice SASB

85

Código	Métrica	Referencia de página	Relación con ODS
Gestión de productos químicos			
CG-AA-250a.1	Discusión de los procesos para mantener la conformidad con los reglamentos relativos a sustancias restringidas.	Pgs. 78 y 79	6 y 12
CG-AA-250a.2	Discusión de procesos para evaluar y gestionar riesgos y/o peligros asociados a productos químicos en productos	Pgs. 78 y 79	6 y 12
Impactos ambientales en la cadena de suministros			
CG-AA-430a.1	Porcentaje de (1) instalaciones de proveedores tier 1 y (2) instalaciones de proveedores además del tier 1 en conformidad con las licencias de descarte de aguas residuales y/o acuerdo contractual.	Pg. 79	6 y 12
CG-AA-430a.2	Porcentaje de (1) instalaciones de proveedores tier 1 y (2) instalaciones de proveedores además del tier 1 que completaron la evaluación del Módulo Ambiental de Instalaciones Higg Facility (Higg FEM) de la Sustainable Apparel Coalition o una evaluación de datos ambientales equivalente.	Pg. 78	12
Condiciones de trabajo en la cadena de suministro			
CG-AA-430b.1	Porcentaje de (1) instalaciones de proveedores tier 1 y (2) instalaciones de proveedores además del tier 1 que fueron auditadas por un código de conducta laboral, (3) porcentaje del total de auditorías realizadas por un auditor externo.	100% de los proveedores de reventa Renner (tier 1 y 2) fueron auditados por un código de conducta laboral, 100% de los proveedores nacionales pasaron por auditoría interna y externa y 51,2% de los proveedores internacionales pasaron por auditoría externa.	8 y 12
CG-AA-430b.2	Tasa de no conformidad prioritaria y tasa de acción correctiva asociada para auditorías del código de conducta del trabajo de los proveedores.	Pg. 51	8 y 12
CG-AA-430b.3	Descripción de los mayores (1) riesgos laborales y (2) riesgos ambientales, de salud y de seguridad en la cadena de suministro	Conozca los principales riesgos en los capítulos 4.1, 5.1 y 5.2 Formulario de Referencia - https://bit.ly/3vho72W - y en la pg. 33 de nuestro informe 2020: https://bit.ly/35lwHOb	8 y 12
Suministro de materia prima			
CG-AA-440a.1	Descripción de los riesgos ambientales y sociales asociados a la obtención de materias primas prioritarias.	Pgs. 34 y 35	8 y 12
CG-AA-440a.2	Porcentaje de materias primas certificadas por terceros con una norma de sostenibilidad ambiental y/o social, por norma.	Pg. 75	12
Métricas de actividad			
CG-AA-000.A	Número de (1) proveedores tier 1 y (2) proveedores además del tier 1.	Pg. 88	

TCFD

Temas	Recomendações TCFD	Referência (página) / resposta direta
Gobernanza 1	1. Describa cómo el Consejo supervisa los riesgos y oportunidades relacionados a los cambios climáticos.	Nuestra estrategia de Moda Responsable cuenta con un pilar robusto de trabajo en mitigación y adaptación a los cambios climáticos. El Comité de Sostenibilidad, que asesora al Consejo, presenta trimestralmente la evolución de nuestras acciones y desempeño frente a la estrategia de Moda Responsable, incluso sobre nuestra estrategia de adaptación, que está siendo construida a partir de un análisis de vulnerabilidad, que identificó los principales riesgos y oportunidades (conozca más en las pgs. 33, 34 y 67).
Gobernanza 2	2. Describa el papel del Consejo en la evaluación y gestión de riesgos y oportunidades relacionados a los cambios climáticos.	El Comité de Auditoría y Gestión de Riesgos, que asesora al Consejo, identifica, evalúa y mide los riesgos con las áreas de negocio, incluso relacionados a los cambios climáticos, define los procesos de control para reducirlos y hace el seguimiento con las áreas involucradas, comunicando al Consejo de Administración la eficacia de la gestión del riesgo. Conozca más sobre la estructura de gestión de riesgos en las pgs 34 y 35.
Estrategia 1	3. Riesgos y oportunidades relacionados a los cambios climáticos que la organización identificó en el corto, mediano y largo plazos.	En la pg. 67 presentamos los riesgos y oportunidades identificados en el proceso de análisis de riesgos e impactos, basada en la metodología del IPCC y construida por consultoría externa especializada. El análisis tuvo enfoque en los riesgos físicos y de transición y abarcó todas las tiendas de la Compañía y sus Centros de Distribución al final del 2019.
Estrategia 2	4. Impactos de los riesgos y oportunidades relacionados a los cambios climáticos sobre los negocios, la estrategia y la planificación financiera de la organización	Nuestro estudio de precificación de carbono identificó el potencial de impacto de las emisiones en 1,93% en el beneficio a largo plazo. Conozca nuestras metas en la pg. 66.
Estrategia 3	5. Resiliencia de la estrategia de la organización, considerando diferentes escenarios de cambios climáticos, incluyendo un escenario de 2°C o menos.	Hemos desarrollado una estrategia consistente de Moda Responsable, que trae resiliencia al negocio frente a los cambios climáticos: somos un negocio carbono neutro (pg. 67), desarrollamos productos con menor impacto ambiental y social en todo el ciclo de vida (pg. 75), tenemos 100% de energías renovables en nuestra matriz de consumo (pg. 68), programa de eficiencia energética con reducción continua de la intensidad (pg. 68) y metas formales de reducción de las emisiones (pg. 66), incluso formando parte de la remuneración variable de los liderazgos (pgs. 67).
Gestión de riesgos 1	6. Procesos utilizados por la organización para identificar y evaluar los riesgos relacionados a los cambios climáticos.	Pg. 35
Gestión de riesgos 2	7. Procesos utilizados por la organización para gestionar los riesgos relacionados a los cambios climáticos	Pg. 35
Gestión de riesgos 3	8. Cómo los procesos utilizados por la organización para identificar, evaluar y gestionar los riesgos relacionados a los cambios climáticos son integrados a la gestión general de riesgos de la organización.	La gestión general de riesgos promueve alineamiento continuo con las áreas de negocio para identificación, tratamiento y monitoreo de los riesgos, incluso climáticos (conozca más en la pg. 34). Los riesgos relacionados a los cambios climáticos son, por tanto, tratados y supervisados conjuntamente entre el equipo de sostenibilidad y la estructura corporativa de gestión de riesgos.
Métricas y metas 1	9. Métricas utilizadas por la organización para evaluar los riesgos y oportunidades relacionados a los cambios climáticos de acuerdo con su estrategia y su proceso de gestión de riesgos.	Pg. 35
Métricas y metas 2	10. Emisiones de gases de efecto invernadero de Alcance 1, Alcance 2 y, si es el caso, Alcance 3, y los riesgos relacionados a ellas.	Pg. 64
Métricas y metas 3	11. Metas utilizadas para gestionar los riesgos y oportunidades relacionados a los cambios climáticos, y el desempeño con relación a las metas.	Métrica adoptada: SBTi (páginas 64 y 66)

resumen de indicadores esg

Conozca a continuación los paneles de los principales indicadores ESG monitoreados. Para saber más sobre la gestión y las iniciativas relacionadas a los temas, usted puede hacer clic en los subtítulos, en la primera columna de la tabla.

● Gobernanza

	2021
Alto Liderazgo	
Consejeros independientes en el Consejo de Administración (CA)	7 (88%)
Mujeres en el CA	2 (25%)
Promedio de asistencia de los miembros del CA	100%
Consejeros con cuatro otros mandatos o menos	2 (25%)
Tiempo promedio de mandato de los consejeros - años	7,2
Consejeros con experiencia en el sector	4
Ética	
Colaboradores que declaran conocer código de conducta	100%
Colaboradores entrenados en el código de conducta y anticorrupción en los últimos tres años GRI 205-2	100%
Proveedores que declaran conocer código de conducta	100%
Proveedores entrenados en el código de conducta en los últimos tres años	100%
Multas por prácticas anticompetitivas GRI 2-27	0
Caso en investigación por prácticas anticompetitivas	0
Casos confirmados de corrupción o cohecho GRI 205-3	0
Total de denuncias de violaciones del código de conducta	855
% de denuncias con tratativa concluida	73,7%
% de denuncias con tratativa en marcha	26,3%
Total de denuncias sobre casos de discriminación y acoso registrados GRI 406-1	84
Representación Política	
Contribuciones con asociaciones representativas (R\$ miles)	456,8
Contribuciones con partidos políticos GRI 415-1	0
Contribuciones con representación de intereses políticos	0

2021

Ciberseguridad

Casos de violaciones de privacidad de datos	0
Total de reclamaciones de clientes sobre privacidad	0
Total de personas impactadas por violaciones en la privacidad de datos	0
Multas de órganos reguladores relacionadas a la ciberseguridad y privacidad GRI 2-27	0

Calidad

Total de recall de productos	0
------------------------------	---

● **Social**

2021

KPIs Moda responsable

Proveedores de reventa (<i>tier 1 y 2</i>) con certificación socioambiental – Meta 2021: 100%	100%
Productos de vestuario menos impactantes – Meta 2021: 80%	81,3
Productos con algodón certificado – Meta 2021: 100%	99,2

Proveedores GRI 2-6 | SASB CG-AA-000.A (Indicadores incluyen solamente Renner, excepto gastos con proveedores administrativos que incluyen a las demás empresas)

Proveedores activos	2.608
Gastos con proveedores	R\$ 6,5 bi
Proveedores de reventa que fabrican los productos que vendemos (<i>tier 1</i>)	533
Proveedores de reventa Renner locales (América latina)	67,8%
Proveedores subcontratados de reventa (<i>tier 2</i> – contratos por nuestros proveedores)	974
Proveedores subcontratados de reventa (<i>tier 2</i>) locales (América latina) (Brasil) GRI 204-1	944
% de proveedores de reventa <i>tier 1</i> auditados	87,7%
% de proveedores de reventa <i>tier 2</i> auditados	100%
% de proveedores de reventa <i>tier 1</i> críticos para la sostenibilidad (nivel D)	1,5%
% de proveedores de reventa <i>tier 2</i> críticos para la sostenibilidad (nivel D)	1,6%
% de proveedores de reventa <i>tier 1 y 2</i> críticos con planes de acción establecidos	100%

Clientes

% de clientes satisfechos y mucho satisfechos	99,1%
---	-------

2021

Sociedad	
Inversión social privada (R\$ millones)	7,0
Porcentaje del inversión con incentivo fiscal	40,0%
Porcentaje del inversión con recursos propios	60,0%
Valor de las donaciones de productos o servicios (R\$ millones)	17,0
Valor del trabajo voluntario (R\$ mil)	300,1
Gastos con la gestión de la inversión social	455,8
Colaboradores GRI 2-7	
Total de colaboradores	25.705
Colaboradores cubiertos por acuerdos de negociación colectiva GRI 2-30	100%
Huelgas	0
Porcentaje de colaboradores (Brasil) con salario por encima del salario justo (<i>living wage</i>)	100%
Porcentaje de colaboradores en Brasil	96,9
Porcentaje de colaboradores en Uruguay	2,1
Porcentaje de colaboradores en Argentina	0,7
Porcentaje de colaboradores en China	0,3
Porcentaje de colaboradores en Bangladesh	0,04
Porcentaje de colaboradores de período integral *	96,3
Porcentaje de colaboradores de jornada parcial *	3,7
Porcentaje de colaboradores de tiempo indeterminado **	95,8
Porcentaje de colaboradores de período determinado ***	4,2
Porcentaje de pasantes	0,6
Relación entre el menor salario pagado y el salario mínimo	1x
Beneficio posempleo (contribución con Fondo de Garantía por Tiempo de Servicio para Jubilación junto al estado)	100%
Colaboradores en cargo de liderazgo	2.931
Colaboradores en cargo de no liderazgo	22.678
Diversidad GRI 2-7, GRI 405-1, GRI 405-2	
Colaboradoras mujeres	64,6%
Cargos de liderazgo ocupados por mujeres	62,8%
Cargos de liderazgo júnior ocupados por mujeres	65,1%

* Consideran solamente a colaboradores en Brasil y no considera al Consejo. ** No considera aprendices, pasantes y trainees. *** Considera solamente trainees y aprendiz.

	2021
Cargos de liderazgo sénior ocupados por mujeres (máximo dos niveles del CEO)	31,6%
Cargos generadores de ingresos ocupados por mujeres	68,1%
Cargos STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemática) ocupados por mujeres	24,9%
Colaboradores negros (prietos y pardos) autodeclarados en censo	49,5%
Colaboradores blancos autodeclarados en censo	48,3%
Colaboradores asiáticos autodeclarados en censo	1,1%
Colaboradores indígenas autodeclarados en censo	0,7%
Colaboradores com raça não informada	0,5%
Cargos de liderazgo ocupados por colaboradores negros autodeclarados	33,0%
Cargos de liderazgo ocupados por colaboradores blancos autodeclarados	63,9%
Cargos de liderazgo ocupados por colaboradores asiáticos autodeclarados	1,3%
Cargos de liderazgo ocupados por colaboradores indígenas autodeclarados	0,3%
Cargos de liderazgo ocupados por colaboradores con raza no informada	1,6%
Colaboradores con discapacidad (PCD) GRI 2-23	3,8%
Colaboradores LGBTQIA+ autodeclarados	17,7%
Colaboradores transgénero o no binarios	0,8%
Colaboradores hasta 29 años	56,1%
Colaboradores entre 30 y 49 años	40,1%
Colaboradores con 50 años o más	3,8%
Relación entre el salario de mujeres /hombres en el nivel ejecutivo GRI 405-2	0,83
Relación entre la remuneración (salario + beneficios) de mujeres/ hombres en el nivel ejecutivo GRI 405-2	0,86
Relación entre el salario de mujeres/hombres en demás cargos de liderazgo GRI 405-2	0,84
Relación entre la remuneración (salario + beneficios) de mujeres/ hombres en demás cargos de liderazgo 405-2	0,84
Relación entre la remuneración de mujeres/hombres en demás cargos (no liderazgo) GRI 405-2	0,86
Índice de retención de mujeres después de 12 meses del retorno de la licencia maternidad GRI 401-3	77,9%
Capacitación y desarrollo	
Media de horas (y días) de capacitación por colaborador GRI 404-1 *	66 (8,3)
Media de horas de capacitación para no liderazgos GRI 404-1 *	68
Media de horas de capacitación para liderazgos GRI 404-1 *	50
Media de horas de capacitación para ejecutivos GRI 404-1 *	43

* No incluye al Consejo. No incluye a Youcom y Camicado.

	2021
Media de inversión en capacitación por colaborador (R\$)	565,78
Colaboradores que pasaron por evaluación del desempeño GRI 404-3	93%
Atracción y retención GRI 401-1	
Contrataciones	12.743
Tasa de contrataciones	49,8%
Tasa de contratación de mujeres	49,1%
Tasa de contratación de hombres	50,7%
Tasa de contratación Argentina	21,3%
Tasa de contratación Bangladesh	33,3%
Tasa de contratación Brasil	50,2%
Tasa de contratación China	24,1%
Tasa de contratación Uruguay	42,5%
Tasa de contratación de colaboradores hasta 29 años	64,7%
Tasa de contratación de colaboradores entre 30 y 49 años	31,7%
Tasa de contratación de colaboradores de 50 años o más	11,1%
Porcentaje de plazas abiertas ocupadas por candidatos internos	56,0%
Costo medio de reclutamiento por plaza (R\$)	492,2
Total de despidos	11.921
Índice de rotación	46,6%
Índice de rotación voluntaria	24,0%
Índice de rotación de mujeres	46,0%
Índice de rotación de hombres	48,3%
Índice de rotación Argentina	29,5%
Índice de rotación Brasil	47,6%
Índice de rotación Uruguay	12,3%
Índice de rotación de colaboradores hasta 29 años	57,0%
Índice de rotación de colaboradores entre 30 y 49 años	34,1%
Índice de rotación de colaboradores con 50 años o más	22,4%
Adhesión a la encuesta de compromiso	78%
Compromiso de colaboradores	89%

	2021
Compromiso de colaboradores negros	90,5%
Compromiso de colaboradores blancos	89%
Compromiso de colaboradores asiáticos	83%
Compromiso de colaboradores indígenas	90%
Compromiso de colaboradores hasta 24 años	90%
Compromiso de colaboradores entre 25 y 44 años	89,5%
Compromiso de colaboradores con 45 años o más	94%
Salud y seguridad	
Óbitos	0
Tasa de frecuencia de accidentes con certificado médico*	0,9
Tasa de enfermedades ocupacionales	0

* Tasa de frecuencia = (Número de accidentes con certificado médico) / (Total de horas trabajadas en el período contable) x 1.000.000.

● Ambiental

	2021
KPIs Moda responsable	
Reducción del 100% de las emisiones absolutas de CO ₂ (alcances 1, 2 – elección de compra – y 3) frente al inventario 2017 – Meta 2021: 20%	-35,4%
Consumo de energía corporativo de fuentes de energías renovables de bajo impacto (pequeñas centrales hidroeléctricas, solar, eólica y biomasa) – Meta 2021: 75%	100%
Porcentaje de la cadena global de proveedores de reventa (<i>tier</i> 1 y 2) con certificación socioambiental – Meta 2021: 100%	100%
Porcentaje de productos de vestuario menos impactantes – Meta 2021: 80%	81,3
% de productos con algodón certificado – Meta 2021: 100% SASB CG-AA-440a.2	99,2
Gestión	
% de operaciones cubiertas por sistema de gestión ambiental	100%
Multas o indemnizaciones ambientales GRI 2-27	0
Emisiones	
Emisiones alcance 1 GRI 305-1	4.979,5
Emisiones alcance 2 – elección de compra GRI 305-2	0
Emisiones alcance 2 – localización GRI 305-2	23.055,3
Emisiones alcance 3 GRI 305-3	23.383,6
Intensidad de emisiones (tco ₂ e/m ² del área construida) GRI 305-4	0,030
Inversión en I+D relacionado a los cambios climáticos	R\$ 170 mil

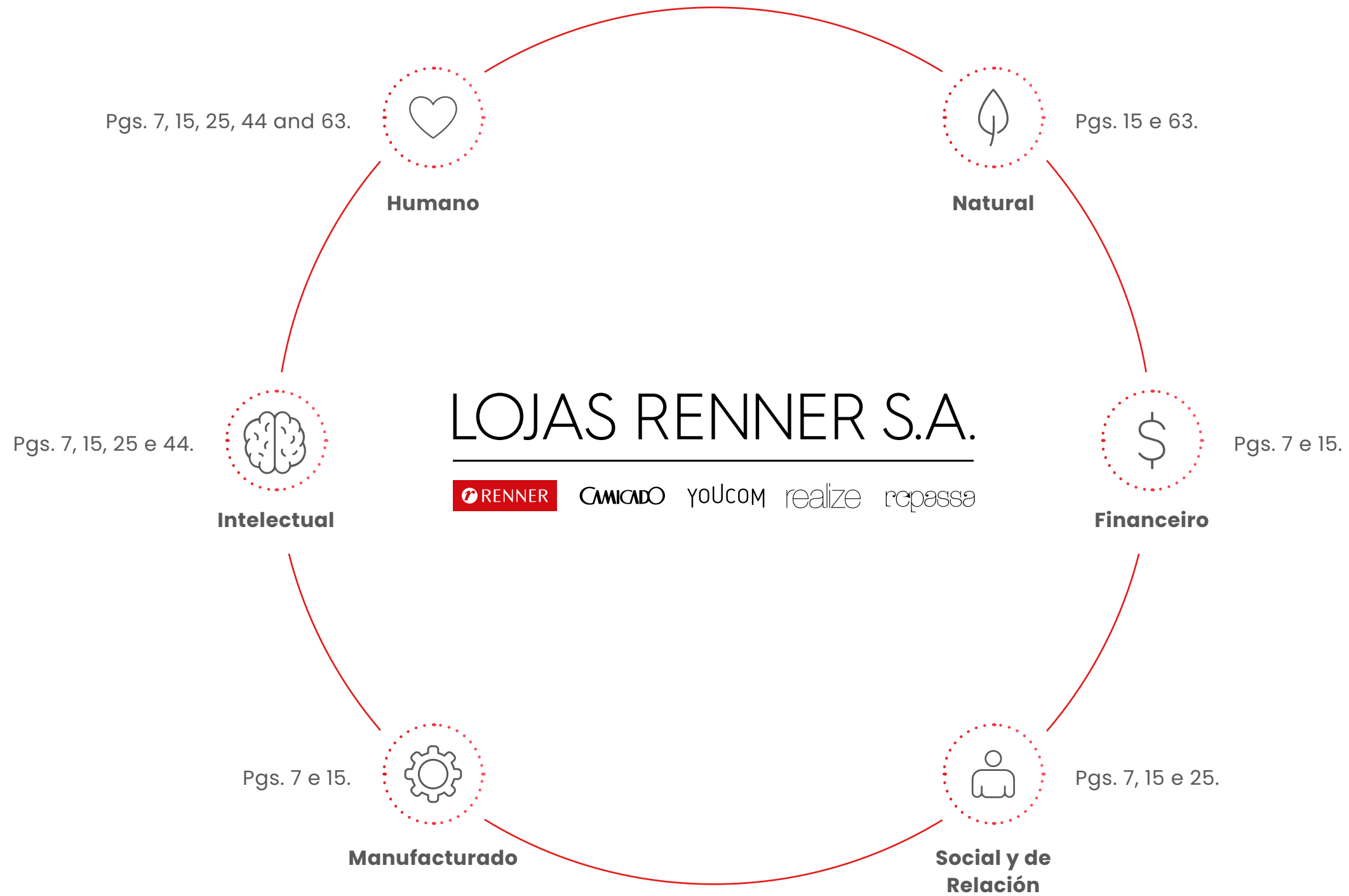
* Productos de vestuario de la línea blanda de Renner.

2021

Energía	
Consumo de energía (GJ) GRI 302-1	661,7
Intensidad energética (GJ/m ²) GRI 302-2	0,647
Gastos con energía (R\$ millones)	162,1
Gastos con energía relativos (R\$ gasto/R\$ ingresos netos)	0,015
Porcentaje de energía renovable	100
Agua	
Consumo total de agua (100% de abastecimiento de concesionarias)*	128.751 m ³
Residuos	
Volumen de residuos generados (ton) GRI 306-2	2.771,8
% de residuos no reciclados GRI 306-2	8,0
% de residuos peligrosos GRI 306-2	0,3
% de residuos reciclados GRI 306-2	92,0%
Intensidad de generación de residuos (Ton de residuos generados por R\$ millón de ingresos operativos netos) GRI 306-2	0,257
Consumo de las principales Materias Primas (vestuario) GRI 301-1	
Algodón (ton)	16,9
Poliéster (ton)	4,5
Viscosa (ton)	5,4
Poliamida (ton)	2,9
Productos menos impactantes	
% de viscosa certificada	93,1%
% de productos a partir de fibra de madera (viscosa, modal y liocel) con garantía de producción responsable	92,9%
Total de consumo de plástico en embalajes (toneladas)	1.634 (36,1%)
Total de consumo de papel/cartón en embalajes (toneladas)	2.891 (63,9%)
% del plástico usado en los embalajes que es reciclable	32%
% del plástico usado en los embalajes que es proveniente de reciclado	0,1%
Residuos recolectados por Ecoestilo de perfumería - logística inversa (ton)	48,3
Residuos recolectados por Ecoestilo de ropas - logística inversa (ton)	5,6

* Dato presentado en 2020, de 292 mil m³ de agua consumida, fue recalculado y corregido para un total de 115,2 mil m³.

mapa de capitales



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,
pág. 45

Apoyo al desarrollo,
pág. 45

Apoyo a las comunidades,
pág. 56

Diversidad e inclusión,
pág. 39



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

Proveedores responsables,
pág. 49

Apoyo al desarrollo,
pág. 54

Apoyo a las comunidades,
pág. 56



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 a los derechos humanos en nuestras operaciones y cadena de suministros; y
- Promover el desarrollo y crecimiento económico a través del apoyo social

Proveedores responsables,
pág. 49

Apoyo a las comunidades,
pág. 56



Asegurar estándares de producción y de consumo sostenibles.

- Gestionar los impactos socioambientales 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,
pág. 34;

Proveedores responsables,
pág. 49

Tiendas ecoeficientes,
pág. 69

Combate a los cambios climáticos,
pág. 64

Apoyo a las comunidades,
pág. 56

Clientes, pág. 60

Transición a la economía circular,
pág. 69



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

- Asegurar una estrategia de reducción de emisiones y mitigación de los cambios climáticos;
- Neutralización, desde 2015, del 100% de nuestras emisiones; y
- Reducir el consumo de combustibles.

Tiendas ecoeficientes,
pág. 69

Combate a los cambios climáticos,
pág. 64



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,
pág. 16

aseguración

GRI 2-5

KPMG Assurance Services Ltda.
Rua Arquitecto Olavo Redig de Campos, 105, 6º piso - Torre A 04711-904 - San Pablo/SP - Brasil
Caja Postal 79518 - CP 04707-970 - San Pablo/SP - Brasil Teléfono +55 (11) 3940-1500
kpmg.com.br

Informe de aseguración limitada de los auditores independientes

Al Consejo de Administración y Accionistas

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 de aseguración limitada sobre la información de sostenibilidad divulgada en el "Informe Anual 2021 de Lojas Renner" ("Informe") acompañadas a este informe, relativas al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2021.

RESPONSABILIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN DE LOJAS RENNER

La administración de Lojas Renner es responsable de la elaboración y presentación de forma adecuada de la información de sostenibilidad divulgada en el "Informe Anual 2021" de acuerdo con los Standards para Relato de Sostenibilidad de la Global Reporting Initiative - GRI, con el Sustainability Accounting Standard - Apparel, Accessories & Footwear del Sustainability Accounting Standards Board (SASB), con el Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), y con los controles internos que ella determinó como necesarios para permitir la elaboración de esa información libre de distorsión relevante, independientemente si es causada por fraude o error.

RESPONSABILIDAD DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

Nuestra responsabilidad es expresar conclusión sobre la información divulgada en el Informe, con base en los trabajos de aseguración limitada conducidos de acuerdo con el Comunicado Técnico (CT) 07/2012, aprobado por el Consejo Federal de Contabilidad y elaborado tomando por base la NBC TO 3000 (Trabajos de Aseguración Diferente de Auditoría y Revisión), emitida 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 la información no financiera histórica. Estas normas requieren el cumplimiento de exigencias éticas, incluyendo requisitos de independencia y que el trabajo sea ejecutado con el objetivo de obtener seguridad limitada de que la información divulgada en el Informe, tomada en conjunto, están libres de distorsiones relevantes.

KPMG Assurance Services Ltda. ("KPMG") aplica las normas brasileña e internacional sobre control de calidad, y consecuentemente, mantiene un sistema abarcador de control de calidad incluyendo políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de normas éticas y profesionales, además de los requisitos legales y regulatorios aplicables. Cumplimos con el código de ética abarcadora incluyendo requerimientos detallados de independencia, establecidos con base en los principios éticos de integridad, objetividad, competencia y celo profesional, confidencialidad y el comportamiento profesional.

Un trabajo de aseguración limitada conducido de acuerdo con la 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 la información que consta en el Informe, así como por la aplicación de procedimientos analíticos para obtener evidencias que nos posibiliten concluir en la

forma de aseguración limitada sobre la información de sostenibilidad tomada en conjunto. Un trabajo de aseguración limitada requiere, también, la ejecución de procedimientos adicionales, cuando el auditor independiente toma conocimiento de asuntos que lo lleven a creer que la información divulgada en el Informe, tomada en conjunto, puede presentar distorsiones relevantes.

Los procedimientos seleccionados se basaron en nuestra comprensión de los aspectos relativos a la compilación, materialidad y presentación de la información que consta en el Informe y de otras circunstancias del trabajo y de nuestra consideración sobre áreas y sobre los procesos asociados a la información material de sostenibilidad divulgadas en el Informe, en que podrían existir distorsiones relevantes. Los procedimientos comprendieron:

a. planificación de los trabajos: consideración de la materialidad de los aspectos para las actividades de Lojas Renner, de la relevancia de la información divulgada, del volumen de información cuantitativa y cualitativa y de los sistemas operativos y de controles internos que sirvieron de base para la elaboración del Informe de Lojas Renner. Este análisis definió los indicadores a ser probados en detalle;

b. entendimiento y análisis de la información divulgada con relación a la forma de gestión de los aspectos materiales;

c. análisis de los procesos para la elaboración del Informe y de su estructura y contenido, con base en los Principios de Contenido y Calidad de los Standards para Relato de Sostenibilidad de la Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards), con el Sustainability Accounting Standard - Apparel, Accessories & Footwear del Sustainability Accounting Standards Board (SASB), y con el Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD);

d. evaluación de los indicadores no-financieros muestreados:

- entendimiento de la metodología de cálculos y de los procedimientos para la compilación de los indicadores por medio de entrevistas con los gestores responsables de la elaboración de la información;
- aplicación de procedimientos analíticos sobre la información cuantitativa e indagaciones sobre la información cualitativa y su correlación con los indicadores divulgados en el Informe;
- análisis de evidencias que soportan la información divulgada;

e. análisis de la razonabilidad de las justificaciones de las omisiones de indicadores de desempeño asociados

a aspectos y tópicos apuntados como materiales en el análisis de materialidad de la Compañía.

Creemos que la información, las evidencias y los resultados obtenidos en nuestro trabajo son suficientes y apropiados para fundamentar nuestra conclusión en la forma limitada.

ALCANCE Y LIMITACIONES

Los procedimientos aplicados en un trabajo de aseguración limitada son sustancialmente menos extensos que aquellos aplicados en un trabajo de aseguración razonable. Consecuentemente, no nos posibilitan obtener seguridad de que tomamos conocimiento de todos los asuntos que serían identificados en un trabajo de aseguración razonable, que tiene por objetivo emitir una opinión. En el caso que hubiésemos ejecutado un trabajo de aseguración razonable, podríamos haber identificado otros asuntos y eventuales distorsiones que pueden existir en la información que consta en el Informe.

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 estos datos. Interpretaciones cualitativas de materialidad, relevancia y precisión de los datos están sujetos a presupuestos individuales y a enjuiciamientos.

Adicionalmente, no realizamos ningún trabajo en datos informados para los períodos anteriores, para la evaluación de la adecuación de sus políticas, prácticas y desempeño en sostenibilidad, ni con relación a proyecciones futuras.

BASE PARA CONCLUSIÓN CON RESERVA

Lojas Renner declara que su Informe Anual fue elaborado de acuerdo con las recomendaciones de la TCFD - Task Force on Climate-Related Financial Disclosures. Sin embargo, la Compañía no cumplió integralmente todos requisitos de la TCFD con relación a los siguientes temas: (i) Estrategia (riesgos y oportunidades relacionados a los cambios climáticos que la organización identificó a corto, mediano y largo plazos, impactos de los riesgos y oportunidades relacionados a los cambios climáticos sobre los negocios, la estrategia y la planificación financiera de la organización, resiliencia de la estrategia de la organización, considerando diferentes escenarios de cambios climáticos, incluyendo un escenario de 2°C o menos); (ii) Gestión de Riesgos (procesos utilizados por la organización para identificar, evaluar y gestionar los riesgos relacionados a los cambios climáticos) y (iii) Métricas y metas (métricas utilizadas por la organización para evaluar los riesgos y oportunidades relacionados a los cambios climáticos de acuerdo

con su estrategia y su proceso de gestión de riesgos).

CONCLUSIÓN CON RESERVA

Con base en los procedimientos realizados, descritos en este informe, excepto por los efectos, si los hubiere, del asunto descrito en el párrafo Base para conclusión con reserva, nada llegó a nuestro conocimiento que nos lleve a creer que la información que consta en el Informe Anual 2021 de Lojas Renner, no fue compilada, en todos los aspectos relevantes, de acuerdo con los Standards para Relato de Sostenibilidad de la Global Reporting Initiative - GRI (GRI-Standards), con el Sustainability Accounting Standard - Apparel, Accessories & Footwear del Sustainability Accounting Standards Board (SASB), con el Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) y con los registros y archivos que sirvieron de base para su preparación.

San Pablo, 27 de abril de 2022



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

Sebastian Yoshizato Soares Contador CRC
ISP257710/O-4

créditos

GRI 2-3, 2-23

COORDINACIÓN

Dirección de Gente y Sostenibilidad

Dirección de Relaciones con Inversionistas

Dirección de Contraloría

Dirección de Marketing

CONSULTORÍA, CONTENIDO, TRADUCCIONES Y LAYOUT

RICCA Sustentabilidade

<https://riccari.wixsite.com/sustentabilidade>

PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA

Alexandre Furcolin (pg. 16, 63, 75) Gleeson Paulino (pg. 41 e 44)

Alvaro Giargulo (pg. 40) João Arraes (pg. 1)

Brun Filmes (pg. 58) Juliana Rocha (pg. 15 e 50)

Bruna Castanheira (pg. 7 e 25) Julio Bittencourt (pg. 6)

Cai Ramalho (pg. 39) Leonir Tabora (pg. 61)

Clarissa Londero (pg. 48) Lucas Jones Dias (pg. 69, 70 e 71)

Enel Brasil (pg. 79) Lucas Moura (pg. 59)

Fabiano Panizzi (pg. 6 e 11) Wagner Bruni (pg. 52)

Falcons Filme (pg. 37 e 56)

COLABORACIÓN

Este informe fue producido gracias a la contribución de un equipo de trabajo multidisciplinario comprometido con la moda Responsable, a quien queremos agradecer y dedicar esta publicación:

para saber más

Políticas que reafirman nuestro compromiso con la generación de valor para la sociedad:

POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD

POLÍTICA DE DERECHOS HUMANOS

CÓDIGO DE CONDUCTA

CÓDIGO DE CONDUCTA PARA PROVEEDORES

Resultados detallados, comentados por la Administración: ESTADOS CONTABLES

Panorama general sobre aspectos relevantes del negocio como gobernanza corporativo y gestión de riesgos: FORMULARIO DE REFERENCIA

En el caso que busque informaciones adicionales sobre nuestro compromiso con la Moda Responsable, escríbale a nuestra gerencia de sostenibilidad. El equipo estará feliz en atenderle: sustentabilidade@lojasrenner.com.br