



Informe anual 2025

LOJAS RENNER S.A.

6 AÑOS

RENNER

CMICADO

youcom

realize

ASHUA

repassa

Índice

Introducción	03
Mensaje de la administración	04

01	Lojas Renner S.A.	
	Panorama del ecosistema	06
	Referencia en moda y lifestyle	08
	Referencia en experiencias encantadoras	12
	Referencia en marcas de moda responsables	15
	Resultados de la operación	17

02	Gobernanza corporativa	
	Administración	20
	Gestión de riesgos	23

03	Moda responsable	
	Moda responsable 2030	28
	Gobernanza de ESG	39

04	Relaciones humanas y diversas	
	Cultura y compromiso	41
	Bienestar	43
	Diversidad e inclusión	46

05	Soluciones climáticas, circulares y regenerativas	
	Estrategia climática	52
	Agua y productos químicos	61

06	Conexiones que amplifican	
	Identificación de riesgos en la cadena	65
	Gestión de cumplimiento en la cadena	66
	Calificación de proveedores	73
	Salario digno en la cadena	77

07	Información complementaria	
	Mapa de contenido	79
	Información de gobernanza	80
	Información social	93
	Información ambiental	106

08	Mural de indicadores	
	Gobernanza	114
	Social	116
	Ambiental	129

09	Herramientas de lectura	
	Índice GRI	135
	Índice SASB	143
	Mapas de capitales	144
	Mapas de ODS	146
	Informes de aseguramiento	147
	Créditos	154

Introducción

GRI 2-5

Este es nuestro 16º Informe anual que ofrece un panorama sobre los avances y resultados de la Empresa, tanto en términos financieros y operativos, como en la construcción de un modelo de negocio más sostenible y generador de valor.

La publicación es el resultado de un trabajo continuo, que implica la planificación, el seguimiento de la información y el análisis técnico. Este proceso se articula entre un centenar de profesionales para asegurar profundidad y relevancia estratégica en la presentación de los resultados, retos y perspectivas del negocio.

El Directorio Estatutario y la Junta de Administración, en el ámbito del Comité de Sostenibilidad, aprobaron el informe, en cumplimiento de las recomendaciones de la orientación técnica del Comité de Pronunciamientos Contables (CPC 09).

El informe contempla las mejores prácticas globales de transparencia ESG, que orientan nuestra evolución en la mitigación de impactos y la generación de valor.

¡Esperamos que disfruten la lectura!

Desde
2010



Acceda al [Índice GRI](#) para conocer los indicadores que se identifican a lo largo de los capítulos con etiquetas como: GRI 000-0

Desde
2015



Conozca el [mapa de capital](#) de la empresa y el [mapa de los ODS](#) compatibles, que se identifican con iconos en las portadas de los capítulos

Desde
2019



Acceda al [Índice SASB](#) para conocer los indicadores y nuestro informe que se identifican a lo largo de los capítulos con etiquetas como: SASB XX-XX-000x.0

Desde
2023



Acceda a nuestro [mural de indicadores](#) para ver todos los números de ESG relevantes, evaluados por índices y calificaciones del mercado de capitales

Desde
2024



Acceda a nuestro [Informe de divulgaciones financieras relacionadas con la sostenibilidad – clima](#) para conocer la 1.^a publicación minorista de moda del mundo que sigue los estándares IFRS S2

Desde
2025



Desde 2014, hemos auditado la presentación de informes de los indicadores GRI y SASB. A partir de 2025, la estrategia de Moda responsable también fue [auditada por un tercero independiente](#).

Conozca los objetivos, los resultados y los principales componentes de la Estrategia en la [pág. 27](#).

Mensaje de la Administración

GRI 2-22

En 2025, celebramos hitos relevantes en nuestra trayectoria: 60 años de la constitución de Lojas Renner S.A. y 20 de corporation. A medida que entramos en esta nueva década, comenzamos un ciclo estratégico destinado a escalar el crecimiento y el valor, capturar mejoras de eficiencia, oportunidades y ventajas competitivas.

Basándonos en las inversiones e innovaciones de los últimos años, hemos consolidado nuestra plataforma con capilaridad física y relevancia digital, creciente liderazgo en el mercado, marcas reconocidas y logística omnicanal eficiente.

El ciclo es nuevo, pero el propósito y los valores son los mismos: “Encantar es nuestra realización” y “Ser el ecosistema sostenible de referencia en moda y lifestyle”.

Con una Dirección dedicada y un Comité de Sostenibilidad en la Junta de Administración, continuamos integrando la sostenibilidad en nuestra estrategia como un diferencial estructurante.

Un paso importante en esta integración fue la publicación de nuestro [Informe de divulgaciones](#)

financieras relacionadas con la sostenibilidad – clima (IFRS S1 y S2); somos la 2.ª empresa en el mundo y la 1.ª en el sector de la moda que adopta las directrices, lo que destaca nuestro enfoque proactivo en la gestión de los riesgos climáticos y la captura de nuevas oportunidades en el modelo de negocio y la cadena.

Además, seguimos avanzando hacia los objetivos de nuestra estrategia de **Moda responsable**, que en 2025 comenzó a tener sus resultados auditados por un tercero independiente.

Con el compromiso de reducir continuamente el impacto ambiental de nuestros productos, en 2025, lanzamos colecciones pioneras responsables y alcanzamos el 73,9 % de materias primas textiles circulares y regenerativas, a través del desarrollo de nuestra cadena, lo que apoyó nuestra estrategia climática.

También promovimos una agenda intensiva de concientización sobre Diversidad e Inclusión en toda la empresa, con la publicación de herramientas de orientación, la formación de líderes y la creación de un comité ejecutivo que supervisa y acelera la estrategia de Diversidad e Inclusión (D&I).

La sostenibilidad está cada vez más en el centro de nuestras decisiones estratégicas, lo que hace posible y potencia estos avances.

Demostramos que es posible innovar y crear modelos más sostenibles y, al mismo tiempo, generar valor para nuestros stakeholders y encantar a nuestros clientes, sin renunciar a la solidez financiera. En 2025, entregamos un crecimiento en los ingresos netos minoristas del 9,2 % y una expansión en el margen bruto de 0,7 p.p., alcanzando el 56,1 %, el nivel más alto en seis años.

Todos estos avances se reflejan en el deleite del cliente y de nuestros stakeholders y en la evolución en el desempeño de los indicadores de ESG y el reconocimiento externo en premios, índices y calificaciones del mercado de capitales.

Agradecemos la confianza de nuestros accionistas y la dedicación de nuestros equipos. Juntos, continuaremos liderando la transformación de la moda en Brasil, con responsabilidad y enfoque en los objetivos para el 2030.

¡Esperamos que disfruten la lectura!



Carlos Souto

Presidente de la Junta de Administración



Fabio A. Faccio

Director Presidente

01.

Lojas Renner S.A.

A lo largo de los 60 años de historia de Lojas Renner S.A., hemos buscado alcanzar nuestro propósito de encantar a partir de ciclos de transformación, evolución e innovación.

Capitales



ODS



Panorama del ecosistema

GRI 2-1|2-2|2-6

Somos un ecosistema de moda y lifestyle, líder en el comercio minorista de moda omnicanal y una de las marcas más grandes de Brasil.



Nuestro propósito

Encantar es nuestra realización.



Propuesta de valor

Ser el ecosistema sostenible de referencia en moda y lifestyle.

Moda

RENNER



ASHUA



YOUCOM



REPASSA



Casa y decoración

CAMICADO



Institución financiera

realize



Más información (+)

Conozca en nuestra [presentación institucional](#), cómo impulsamos nuestras ventajas competitivas para evolucionar el modelo de negocio y crear valor de forma perenne y consistente.

60 años

desde la constitución de Lojas Renner S.A. y 20 años como corporación, la 1ª de Brasil

113 años

de historia

717

Tiendas

3

Centros de distribución

26 mil

colaboradores

20 millones

de clientes activos

BRL 1500 millones

de beneficios netos en 2025
(+21,8 % en comparación con 2024).

Hace 8 años

estamos en la cartera del Dow Jones Best-in-Class, principal índice de ESG del mundo, entre las empresas minoristas globales con mejor desempeño de ESG

BRL 15 800 millones

de ingresos netos en 2025
(+9,6 % en comparación con 2024).

Crecimiento del valor

GRI 2-22

En 2025, celebramos el 60 aniversario de Lojas Renner S.A. con el inicio de un nuevo ciclo estratégico, destinado a capturar y aprovechar las capacidades habilitadas en nuestro último ciclo de inversiones e innovación. Buscamos maximizar el potencial de nuestros activos para acelerar el nivel de crecimiento y aumentar la rentabilidad.

Esta estrategia está guiada por el propósito de encantar de Lojas Renner S.A., junto con una visión a largo plazo moldeada por décadas de liderazgo y decisiones pioneras, que posicionaron a la empresa a la vanguardia de las tendencias del sector.

Comenzamos este ciclo desde una plataforma sólida: somos líderes del mercado, seguimos ganando market share y contamos con un equipo altamente competente y comprometido.

Esto nos da diferenciales competitivos que, al mismo tiempo que nos habilitan, también se acelerarán: tenemos un profundo conocimiento del consumidor, marcas fuertes y reconocidas, además de un modelo omnicanal totalmente implantado, que combina la mayor capilaridad de tiendas físicas en Brasil con una fuerte relevancia digital.



Nuestro propósito
Encantar es nuestra realización.



Obsesión por la centralidad del cliente



Propuesta de valor
Ser el ecosistema sostenible de referencia en moda y lifestyle.



Referencia en: **Moda y lifestyle**

Cómo vencer

- Ofrecer la mejor colección y variedad de moda, a través de curaduría y lifestyle
- Mejorar la respuesta de la cadena de suministro para mejorar el time to market

Experiencias encantadoras

- Ampliar la presencia de las tiendas con experiencias personalizadas
- Proporcionar comodidad a través de jornadas digitales y omnicanal
- Impulsar la fidelidad del cliente a través de servicios financieros integrados

Marcas de moda responsables

- Fortalecimiento de la marca Renner mediante la creación de conexiones verdaderamente inspiradoras
- Evolución de los conceptos de marca
- Elevar el estándar de manera responsable

Habilitadores **Innovación & IA** **Excelencia operativa** **Personas y cultura**

Más información (+)

Conozca en detalle la estrategia de expansión de la empresa en la presentación del [Investor Day 2025](#) y en el [Balance Anual 2025](#).

Referencia en moda y lifestyle

Fuerza de marca, alcance y deseo incomparables en la moda brasileña

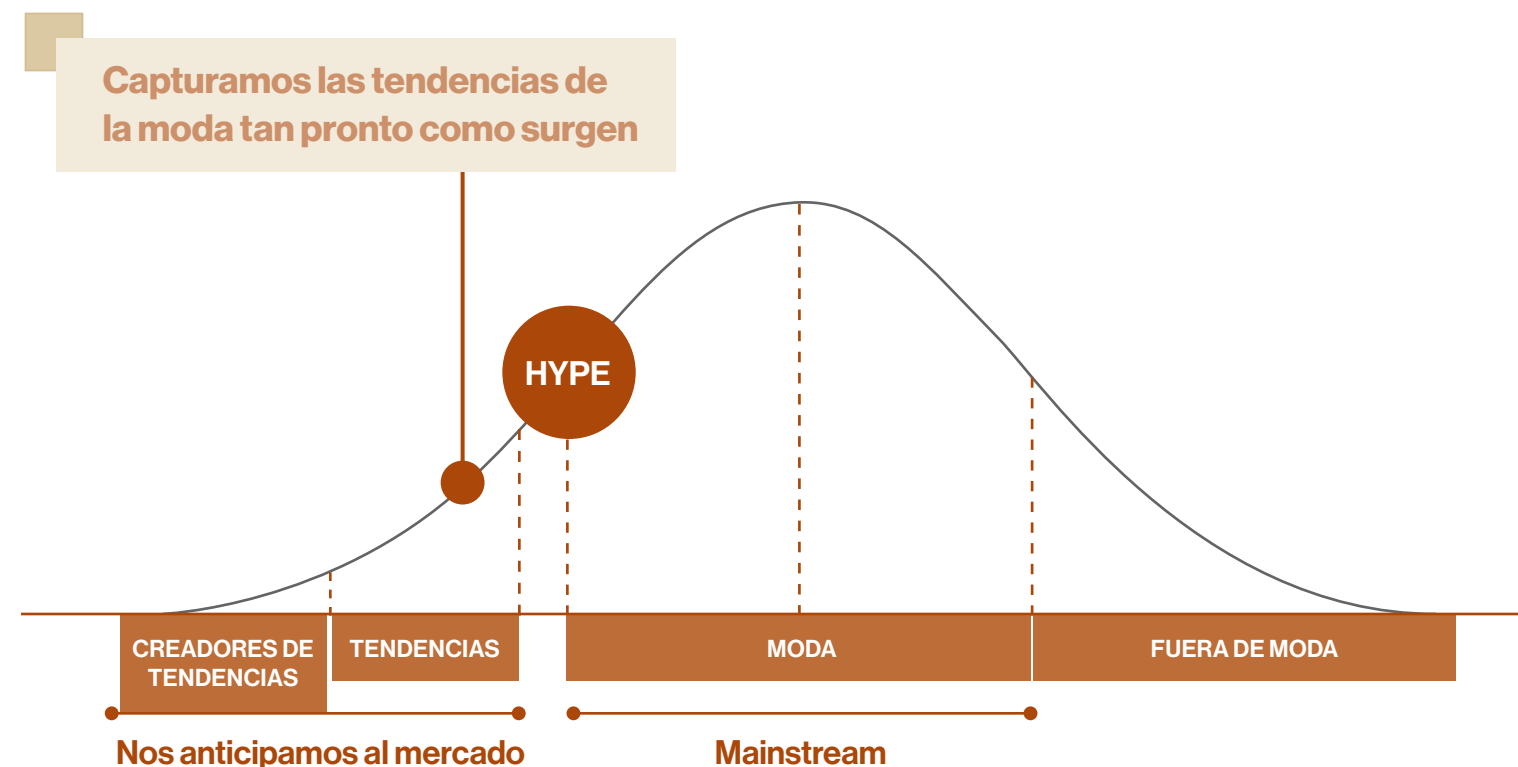


A lo largo de los años, hemos entregado a nuestros clientes colecciones asertivas que traducen las expectativas y deseos de diferentes lifestyles. Con un profundo conocimiento del cliente, un equipo experimentado y una herramienta tecnológica innovadora, capturamos información, comportamientos y tendencias globales y lo traducimos en colecciones personalizadas, con autoría brasileña.

Y lo hacemos antes que el mercado: Renner, nuestra marca principal, actúa como lanzadora de tendencias. Nos posicionamos estratégicamente antes de que un producto o comportamiento gane una amplia visibilidad y aceptación por parte del público.

Este posicionamiento se traduce en un aumento acelerado del interés, amplía la capacidad de captación de valor, genera ventajas competitivas y orienta decisiones eficaces a lo largo del ciclo productivo.

Con esto, conectamos la innovación en moda con el universo mainstream y conquistamos al consumidor.



Es decir, ofrecemos productos de tendencia antes que la competencia, estimulando la frecuencia de visitas y el predominio de nuestros productos en el guardarropa del cliente.

En este ciclo estratégico, trabajaremos para avanzar en la innovación de la moda e impulsar la lealtad de los clientes.

La fuerza de nuestra marca ha proporcionado, desde el año 2024, el reconocimiento de Renner como Marca de Alto Renombre, por parte del Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI).

Esta distinción representa un indiscutible prestigio, notoriedad y tradición, por lo que la marca recibe una especial protección en cuanto a su propiedad intelectual.

Elementos diferenciales de la marca Renner



N.º 1 más amada
Marca de moda en Brasil

N.º 1 más valiosa

Marca de moda en Brasil
Interbrand 2024/2025

N.º 1 más seguida¹

Marca minorista de moda en las redes sociales en Brasil
+67 % de compromisos comparado al año anterior

Share of voice

Exposición orgánica a los medios

31% más alta

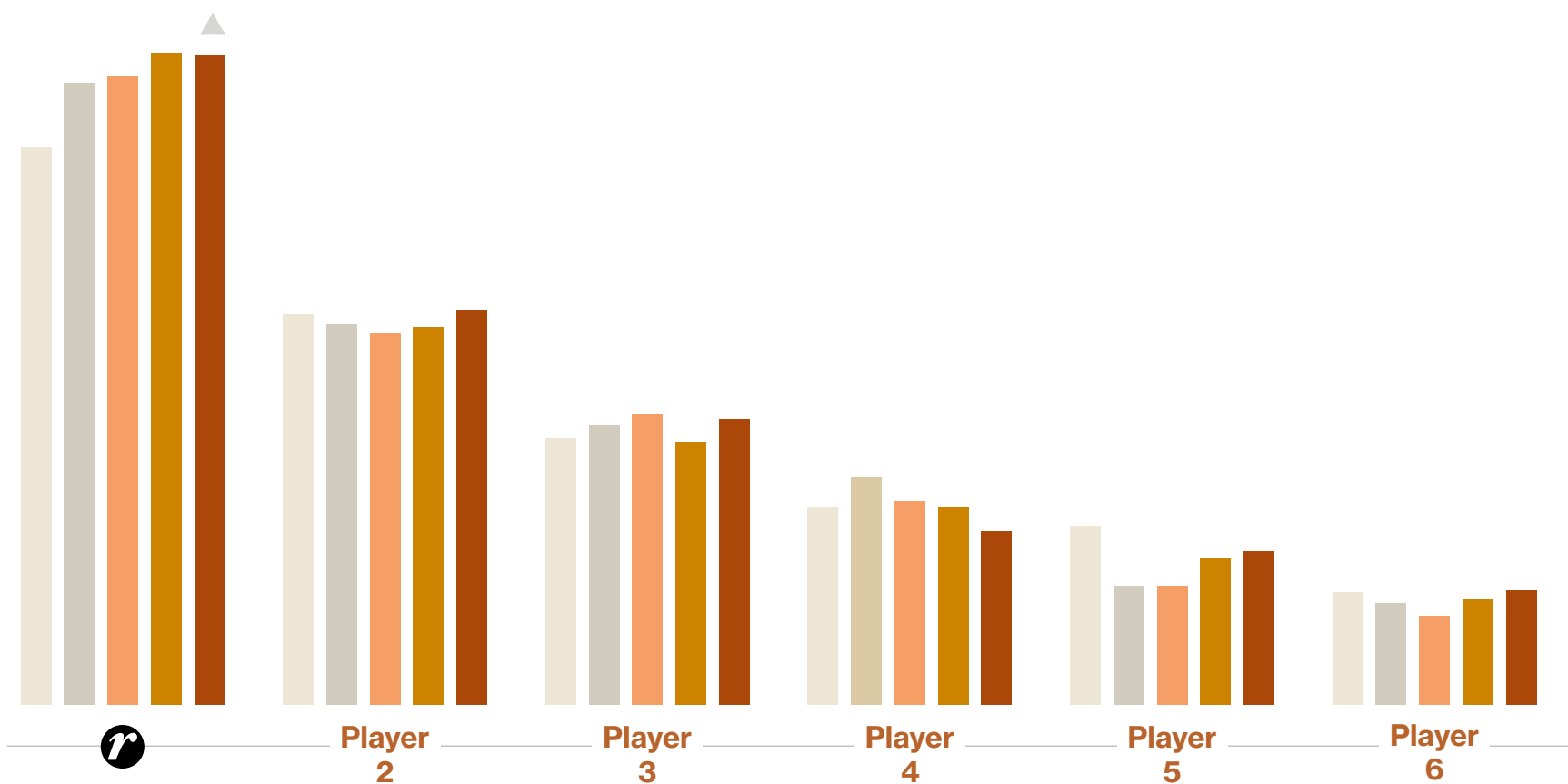
que el 2.º player²

¹ Consultas realizadas por la Empresa en Meta, TikTok y Pinterest.

² Máquina - Ene a Oct 2025.

Mejora constante en el Top of Mind

4T24 1T25 2T25 3T25 4T25



~2 veces mayor

que el segundo player

NPS competitivo

Puntuación más alta entre los mayores players omni

+8 puntos

1S23 vs. 1S25



Anticipación de tendencias y agilidad en la ejecución de moda

Nuestro modelo de anticipación de tendencias está respaldado por pruebas, revisiones de productos, herramientas analíticas y tecnológicas, implementadas en los últimos años.

Permite identificar artículos con potencial de crecimiento y escalabilidad, que se aplican a diferentes marcas del ecosistema.

En el proceso productivo, la empresa opera con diferentes horizontes de planificación:

- **Corto plazo:** producidos y entregados dentro de la propia estación, mantienen abierta parte de la cartera, lo que permite una mayor capacidad de respuesta a los cambios en el comportamiento del consumidor.
- **Largo plazo:** concentran los principales volúmenes y productos esenciales, definidos a partir de la lectura de tendencias y la planificación anticipada de las temporadas.

La estrategia se complementa con la capacidad de respuesta, que permite la rápida incorporación de tendencias emergentes, impulsadas por los movimientos culturales, los medios de comunicación y el comportamiento social.

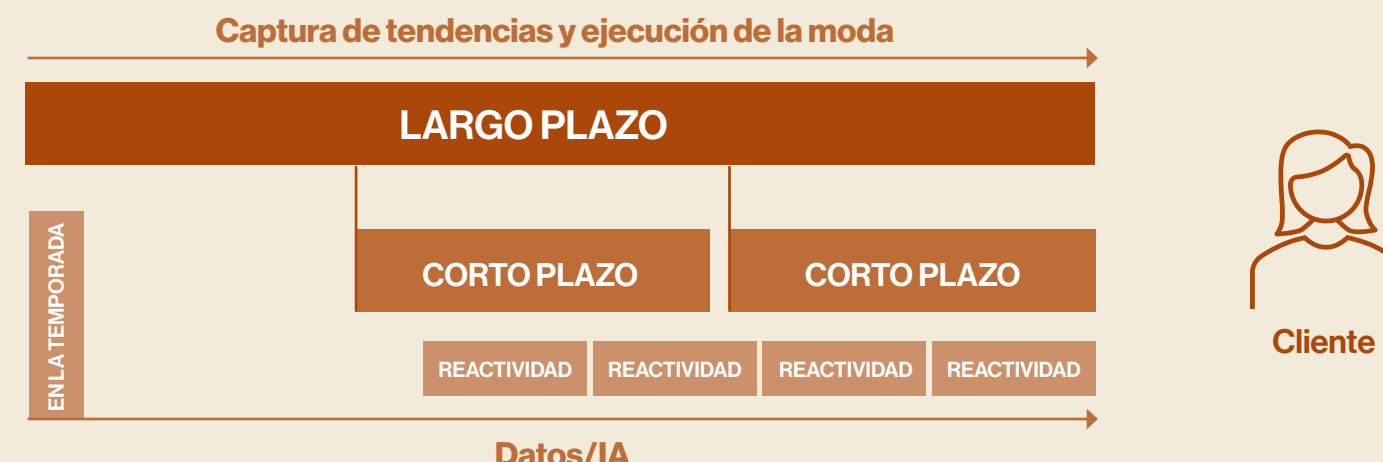
La reactividad también funciona como una herramienta de prueba de lotes pequeños, lo que le permite escalar productos con rendimiento comprobado y retroalimentar tanto a corto como a largo plazo.

En los últimos años, hemos avanzado en reactividad, con una cadena de suministro local bien desarrollada y alineada con nuestros estándares.

Esto trae mejoras de margen, mayor rotación de stock, mayor conversión y aumento de las ventas.

Más información (+)

Vea en el [Informe anual 2024](#) los detalles sobre las herramientas de tecnología (IA) y data analytics que nos permiten anticiparnos a las tendencias y aumentar la asertividad en el lanzamiento de colecciones.



Captura de tendencias

Captura y monitoreo de **tendencias emergentes de la moda** a través de datos e IA

Reducción del time to market

Flujo de trabajo ágil desde la creación hasta la distribución

Análisis de desempeño

Análisis de aceptación del producto de acuerdo con la región y el tamaño comprado por el cliente

Escala

Los resultados sirven como input para respaldar la decisión de **recompra de productos y oportunidades adicionales**

= COLECCIONES ENCANTADORAS

- Mejor tasa de conversión y aumento de las ventas
- Reducción de remarcaciones y aumento del margen bruto
- Mayor rotación de stock, con menos desperdicio y menor necesidad de producción y consumo de materias primas
- Mayor acierto y menos rupturas de stock en las tiendas, con menos movimiento de productos entre tiendas y Centros de Distribución (CD), lo que reduce costos e impacto ambiental

Producción, distribución y entrega eficientes

Contamos con una Dirección de Supply Chain, que actúa de manera integrada con todas las marcas del ecosistema para posibilitar un proceso de producción, distribución y entrega eficiente y ágil. El objetivo es reducir significativamente el tiempo entre la producción de una colección y su disponibilidad en las tiendas.

Esta agilidad es uno de los diferenciales más importantes y estratégicos de la venta minorista ya que amplía nuestra capacidad de reaccionar rápidamente a las tendencias y productos con un buen rendimiento, apoyando los productos y colecciones con alto índice de acierto.

Entre los impactos positivos de este modelo de Supply Chain, destacamos:

- aumento de la productividad de las tiendas, debido a surtidos más adecuados;
- mejores resultados por metro cuadrado y reducción de excesos y rupturas (falta de stock); y
- aumento del surtido (diversidad de productos) en tiendas de diferentes tamaños, beneficiando especialmente a las unidades más pequeñas, fundamentales para nuestra expansión orgánica.

A continuación, conozca los principales avances de los últimos años en los frentes de la gestión de la Supply Chain.

Sourcing

A lo largo de 2025, el área responsable de la gestión de proveedores nacionales e internacionales se centró en la reserva de telas a proveedores de materias primas y de productos terminados. El trabajo se realizó de forma integrada con el desarrollo de las colecciones, lo que redujo el tiempo de producción y disponibilidad en las tiendas.

Paralelamente, se produjo la integración sistémica de la cadena de suministro nacional, lo que garantizó una visibilidad de extremo a extremo. Eso permite una mayor capacidad de respuesta y optimiza la demanda *frente a* la capacidad de producción de los proveedores.

Hemos desarrollado formatos de previsibilidad, buscando reducir los riesgos de falta de capacidad, ineficiencia y ociosidad en el flujo de producción. Actualmente, ese modelo ya cubre más de la mitad del volumen de artículos producidos por la cadena de suministro nacional.

Otro punto relevante fue el **desarrollo de la cadena de suministro** local, con inversiones directas de más de BRL 16 millones y la articulación de inversiones de socios de aproximadamente BRL 80 millones, lo que permitió la adopción de procesos más eficientes y la renovación del parque industrial nacional.

Estas inversiones dieron como resultado ganancias de alrededor del 25 % en la productividad y un aumento de 0,9 p.p. en el margen de los principales proveedores estratégicos de la Empresa. Estos mismos proveedores finalizaron 2025 con entregas un 24 % más rápidas respecto al resto de la cadena.

Planificación y abastecimiento

En los últimos dos años, con la entrada en operación del nuevo centro de distribución en São Paulo (SP), hemos implementado el modelo de gestión por SKU (unidad de producto).

Este modelo sustituye el envío de packs estandarizados de tamaños por una lógica de asignación personalizada, más eficiente para satisfacer las diferentes demandas de cada tienda.

En 2025, este modelo, que ya se había utilizado durante algunos años para artículos básicos, se amplió al medio y la parte superior de la pirámide de productos, garantizando el 100 % de las líneas de productos gestionadas por SKU.

Logística

Esta estrategia se apoya en una logística omnicanal, que aprovecha la gran escala del abastecimiento de las tiendas en todo Brasil, integrando nuestra operación de comercio electrónico con una tecnología que genera sinergia.

Con eso, reducimos significativamente los costos operativos tanto del centro de distribución como del transporte, creando las condiciones para el crecimiento sostenible de lo digital.

Más información (+)

Conozca los diferenciales tecnológicos de nuestro centro de distribución que hicieron posible nuestro modelo de suministro en el **Informe anual 2022**.

Referencia en experiencias encantadoras

Encanto omnicanal

Frente a un comportamiento de consumo cada vez más dinámico y no lineal, encantar al cliente también requiere experiencias integradas, capaces de generar conveniencia y valor en todos los puntos de contacto.

En este escenario, la omnicanalidad es algo percibido por el cliente como un diferencial relevante. Aporta valor a la experiencia del consumidor y es un componente estructural de nuestro proceso y modelo de negocio.

Nuestro canal digital es más que un canal de ventas: es nuestra mayor vidriera y apoya el posicionamiento como empresa de moda e inspiración. Eso se debe a que ahí es donde lanzamos tendencias diarias y capturamos instantáneamente el atractivo de los productos al monitorear las ventas y los clics en tiempo real.

Con ello, los nuevos insights influyen en las pasarelas internas, los núcleos de moda, el visual merchandising y las tiendas físicas. De esta manera, nos orienta hacia las colecciones y productos adecuados, consolidando un rendimiento integrado entre lo físico y lo digital.

Del mismo modo, la red de tiendas físicas impulsa lo digital, ya que son puntos de encanto y generación incremental de ventas:

- Una nueva tienda física en el interior acelera la velocidad del consumo digital entre un 10 y un 20 % en la ciudad donde se abre.
- El 35 % de los clientes que compran digitalmente optan por recoger el producto en la tienda física por comodidad, y de estos, el 15 % realiza una compra adicional en ese mismo momento.
- El 70 % de los clientes de pedidos digitales que desean realizar cambios lo hacen en la tienda, y de estos, el 27 % realiza una compra adicional.
- El cliente omnicanal tiene un comportamiento de consumo diferenciado, con un gasto entre tres y seis veces superior al de un cliente monocanal.

La base de clientes omnicanal ha crecido en más del 11 % en los últimos dos años y eso nos posiciona al frente de los competidores en Brasil, con dos o tres veces más participación digital en las ventas.

Panorama del e-commerce

+

El mayor e-commerce de moda de Brasil

Y la app minorista de moda con mayor número de usuarios activos en Brasil

6 veces

Mejor e-commerce en la categoría de Moda y Accesorios (Nielsen EBIT)

2800 millones

Gross Merchandise Volume (GMV)

1000 millones

Visitas por año

~ 15%

Participación digital

+7 millones

Usuarios activos mensuales

~ 75%

Participación de la aplicación en las ventas digitales

Tecnología e inteligencia artificial como habilitadores

La tecnología es un pilar central de la estrategia omnicanal y la Empresa ha avanzado en el uso de la inteligencia artificial para mejorar la experiencia del cliente y aumentar la conversión.

Un ejemplo es la aplicación de IA para humanizar imágenes de productos infantiles, previamente producidas sin modelos físicos, lo que generó un aumento de más del 60 % en las visitas y la conversión en las páginas infantiles.

Los motores de recomendación, en constante evolución, también presentaron resultados relevantes, con un crecimiento de más del 135 % de los ingresos generados en el último año.

La empresa también avanzó con soluciones como un probador virtual y un asistente virtual, lo que permitió ampliar la comodidad y la personalización.

Tiendas con experiencias personalizadas

Dada la relevancia de la tienda física en la experiencia omnicanal, presentada en la página anterior, innovamos continuamente en nuestros modelos de tienda para aumentar la fluidez de la jornada del cliente, la comodidad, el uso de la tecnología y el protagonismo del producto y la moda.

En Renner, desde 2021 desarrollamos el modelo Re+, que se viene mejorando año tras año, tanto en experiencia como en circularidad. Con este modelo, ofrecemos una jornada más cómoda e integrada, con un uso intensivo de tecnología,

Re+ Esencial



Principales características de Re+, con capex optimizado actual: ~15 tiendas

(p. ej.: Americana (SP), Passos (MG), Caldas Novas (GO))

Modelo clave para expansión, Retorno del Capital Invertido (ROIC) > 2 p.p. comparado con el promedio

como el sistema de efectivo y autoservicio, reconocido como una referencia global, y una mayor importancia al producto y las narrativas de moda.

Además de abrir nuevas unidades de acuerdo con ese modelo, seguimos invirtiendo en la remodelación de las tiendas existentes.

Este proceso ha sido altamente eficiente y logró generar un aumento en las ventas del 5 al 10 % después de las reformas.

Re+ Concepto



Versión más completa y sofisticada para ubicaciones clave Actual: ~70 tiendas renovadas

(p. ej.: Morumbi, Parque Dom Pedro, Parque Shopping Brasília)

Modelo principal para reformas, aumento promedio del 5-10 % en ventas

Expansión física y capilaridad nacional

Para los próximos cinco años, planeamos abrir de 140 a 170 nuevas tiendas Renner en Brasil, con el modelo Re+ Esencial como principal formato de crecimiento, especialmente en las microrregiones donde ya operamos.

Con esto, tendremos presencia en el 100 % de las ciudades brasileñas con más de 200 mil habitantes, consolidando nuestra posición en las principales plazas del país, ampliando significativamente nuestra capilaridad y accediendo a una demanda calificada.

Es un mercado con un perfil socioeconómico adecuado al público al que ya atendemos, lo que nos da confianza en cuanto al atractivo, la viabilidad y la escalabilidad de este plan. Las tiendas ya abiertas en este modelo confirman esta tesis, con un desempeño positivo monitoreado continuamente.

La expansión en nuevos municipios también se produce sin canibalización de ventas y también potencia el consumo digital, como se presenta en la página anterior.

Realize tiene un papel estratégico en este proceso, ya que aprovecha experiencias encantadoras e impulsa el rendimiento empresarial desde el primer día.

En 2025, las tarjetas Renner contribuyeron con más del 50 % en el Día D, lo que refuerza la importancia de nuestros productos financieros para generar valor inmediato, ampliar la conversión y consolidar el ecosistema de moda y lifestyle que construimos con las operaciones de la tienda.

La expansión de la red física, integrada con la estrategia omnicanal, refuerza a Renner como la empresa de moda más capilar del país, ampliando nuestra ventaja competitiva sobre los players nacionales y los minoristas nativos digitales.

Ampliación de la fidelización de clientes

realize

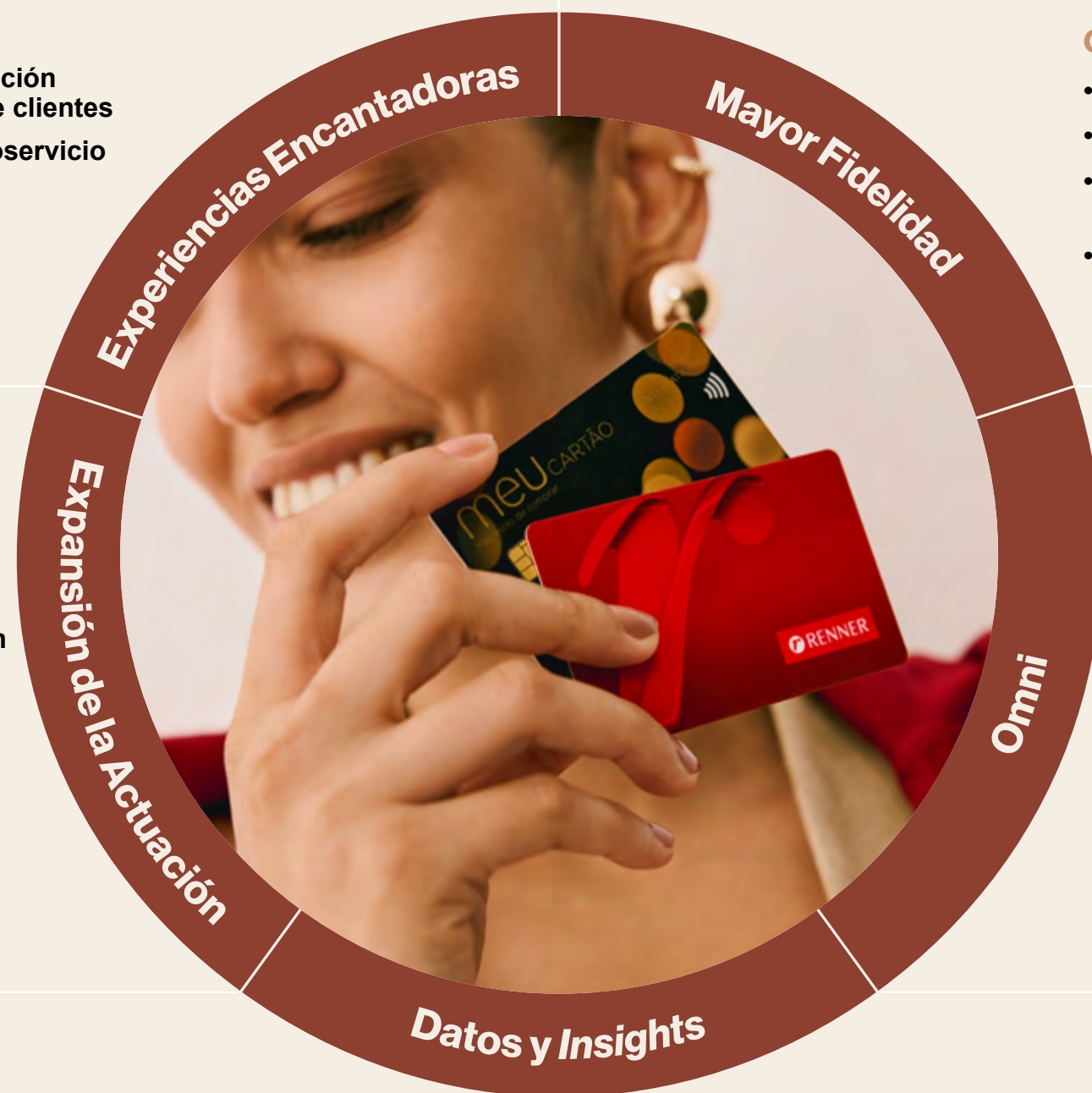
Realize Crédito, Financiamento e Investimento S.A. – Realize CFI es nuestro motor de generación de valor para la fidelidad, la escala y la fuerza omnicanal. Se encarga de ofrecer soluciones de pago y crédito que impulsen las ventas y la fidelización de los clientes minoristas, así como de gestionar los límites y la calidad del crédito.

En 2025, los clientes con tarjetas registraron un 58 % más de frecuencia de compra y un 120 % más de gasto anual en comparación con quienes no tienen tarjetas, lo que demuestra el valor generado por Realize.

La cartera de productos incluye la Tarjeta Renner (private label), Mi Tarjeta (crédito internacional), Retiro Rápido (préstamo personal) y la gama de Seguros. Este conjunto facilita la vida de los consumidores y fortalece el vínculo con las marcas del ecosistema.

- Recompensas exclusivas
- Estrategia de **reclustering (agrupación de datos)** de clientes
- **Nuevas jornadas de autoservicio** a través de WhatsApp

- **Políticas de crédito regionales**
- Acciones de **precaptación**
- **+5 p.p. penetración de los servicios de Realize** en ciudades medianas
- Campañas de activación para **acelerar el crecimiento**



- **Alto alcance:** 99 % de la base de clientes
- Mejora de los **modelos de datos off-us**

Cientes Realize:

- **+50 %** en frecuencia de compra
- **+150 %** en gasto anual
- **El 55 %** de los clientes de Realize son ultrafieles y fieles a Renner
- **Cashback**

- Embedded finance que proporciona **tráfico orgánico a la aplicación**
- **Compromiso 3 veces mayor con la aplicación**
- **93 % más de gasto en e-commerce**
- Escala en la parte superior del embudo: **BRL +15 mil millones**

Referencia en marcas de moda responsables

Estrategia de evolución de la marca

Nuestra estrategia está orientada a construir un nuevo momento de marca y consolidar el posicionamiento de Renner como referente en moda, basado en narrativas y storytellings cada vez más personalizados. Entregamos información relevante en el momento adecuado, de acuerdo con el contexto y las preferencias de cada uno, para ampliar nuestra conexión emocional con el cliente.

Conocer profundamente al cliente es esencial para ello. Por eso, adoptamos múltiples instrumentos de análisis, que incluyen: datos de compra, información demográfica y de mercado, comportamiento en redes sociales y observación de movimientos culturales. Complementamos esta comprensión con investigaciones de expertos en moda, estudios de NPS y análisis de las expectativas, valores y percepciones de los consumidores. A partir de estas interacciones, identificamos un perfil multifacético que reconoce la moda como una herramienta de expresión y asocia a Renner con la calidad y la conexión con su estilo de vida.

A partir de este conocimiento, estructuramos clústeres de comportamiento y consumo, entendiendo que nuestros clientes se mueven entre diferentes perfiles a lo largo del tiempo. A partir de esto, desarrollamos contenido y lo distribuimos de manera integrada en diversos puntos de contacto, como medios de comunicación, tiendas, canales digitales, atención al cliente y eventos institucionales, para asegurar la consistencia del mensaje y el fortalecimiento de la marca.

Esta estrategia se refleja en el desempeño de nuestra base de clientes y en el reconocimiento de nuestra marca:

19
millones de clientes
de la marca Renner

+16 % en los últimos
dos años

**Aumento del
33 %**
en la base de clientes
fieles y ultrafieles

que tienen una recurrencia
de compra 3,8 veces mayor
y un gasto anual promedio
4,4 veces mayor

Reconocida por los clientes como:

+25 p.p.*
Una marca que
realmente entiende
de moda

+7 p.p.*
Una marca auténtica
y única que se
destaca entre los
minoristas de moda

**Líder en productos
de calidad, con
buen fit y hechos
para durar**

**10 % por encima
del 2.º lugar**

*Comparación entre la investigación de mercado de septiembre de 2024 y marzo de 2025. Fuente: monitoria Research (septiembre de 2025)

Reconocimientos de marca externos

Marcas brasileñas más valiosas 2024/2025

13.^a posición en la categoría general y 1.^a en venta minorista de moda | Interbrand



Ranking de las marcas más valiosas de Brasil

18.^a posición entre las más valiosas de Brasil, 1.^a en venta minorista de ropa, 3.^a en venta minorista general | Brand Dx



Premio Estadão Marcas Mais

1.^{er} puesto en la categoría Redes de tiendas de ropa | Estadão

KANTAR BRANDZ

BrandZ – Most Valuable Brazilian Brands

30.^a posición en el ranking general (campeona del sector minorista de moda) | Kantar

Líder mundial en índices y ratings de ESG del mercado de capitales

Somos la empresa más sostenible de todos los segmentos minoristas en Brasil y estamos entre las primeras del mundo, según la evaluación de los principales índices y ratings de ESG.

Lojas Renner S.A.

©S&P Global 2025.

Retailing

**Corporate Sustainability Assessment
(CSA) Score 2025**

80/100

Al 21.08.2025

Para obtener más información, visite:

www.spglobal.com/esg/csa/methodology

S&P Global



Entre los líderes en venta minorista amplia y moda por 11.º año consecutivo (8.º consecutivo en CSA)



Miembro del S&P Global Sustainability Yearbook 2025



Listada en el Dow Jones Best-in-Class Index (anteriormente Índice Dow Jones de Sostenibilidad)

MSCI 

Calificación AAA en el rating de ESG

 **SUSTAINALYTICS**

Calificación de riesgo ESG bajo y 1.º lugar en el subsector de Grandes Almacenes



FTSE4Good

1.º en minorista de moda en FTSE4Good Index Series

 **CDP**

A List, la mayor escala del ranking Carbon Disclosure Project (CDP) en Cambio Climático y Seguridad Hídrica

ISE B3

12.º año consecutivo en el índice y entre los primeros lugares desde 2022, cuando las clasificaciones se hicieron públicas

ICO2 B3

14.º año consecutivo en el índice, desde su creación

IDIVERSA B3

3.º año consecutivo en el índice, desde su creación

Resultados de la operación

GRI 201-1

Conozca los principales indicadores de desempeño operativo y financiero. Para obtener más información sobre nuestros resultados, acceda a nuestro [Balance anual 2025](#).



En 2025, ganamos el Trofeo de Transparencia de la Asociación Nacional de Ejecutivos de Finanzas, Administración y Contabilidad (ANEFAC), en la categoría de Ingresos Netos de BRL 5 mil millones a BRL 20 mil millones.

¹ La operación minorista incluye los ingresos por la venta de mercaderías, así como los ingresos por servicios (comisiones y costos de marketplaces y Repassa).

² Los gastos operativos (VG&A) no consideran gastos con depreciación y amortización.

³ EBITDA Total Ajustado (post-IFRS 16), sin el gasto de depreciación y el gasto financiero de los arrendamientos.

BRL (MM)	2023	2024	2025	Variación 2024 vs. 2025
Ingresos netos minoristas ¹	11 706,3	12 672,0	13 838,2	9,2 %
Ventas en las mismas tiendas	0,2 %	7,5 %	8,1 %	0,6 p.p.
GMV Digital	2219,8	2527,5	2838,7	12,3 %
Penetración de las ventas digitales	14,3 %	15,1 %	15,5 %	0,4 p.p.
Utilidad bruta minorista	6384,8	7015,8	7759,1	10,6 %
Margen bruto minorista	54,5 %	55,4 %	56,1 %	0,7 p.p.
Gastos operativos (VG&A) ² (Post-IFRS 16)	(4360,9)	(4716,9)	(5095,0)	8,0 %
% VG&A/Ingresos netos minoristas	37,3 %	37,2 %	36,8 %	-0,4 p.p.
EBITDA ajustado minorista ³	2199,4	2481,9	2734,8	10,2 %
Margen EBITDA ajustado de la operación minorista (Post-IFRS 16) ³	18,8 %	19,6 %	19,8 %	0,2 p.p.
Resultado de servicios financieros	(95,8)	167,8	452,4	169,5 %
EBITDA total ajustado (Post-IFRS 16) ³	2103,6	2649,6	3187,2	20,3 %
Margen EBITDA total ajustado (Post-IFRS 16) ³	18,0 %	20,9 %	23,0 %	2,1 p.p.
Utilidad neta	976,3	1196,7	1457,6	21,8 %
Margen neto	8,3 %	9,4 %	10,5 %	1,1 p.p.
Utilidad por acción - básica (BRL)	0,9257	1,1382	1,4422	26,7 %
ROIC ^{LTM}	10,7 %	12,4 %	14,7 %	2,3 p.p.

Contexto de la variación

Terminamos 2025 con confianza en el progreso logrado por la empresa.

Los ingresos netos minoristas consolidados alcanzaron los 13 838,2 millones de reales en 2025, un aumento del 9,2 % en comparación con el año anterior y un rendimiento superior al crecimiento promedio del mercado del 4,9 %, según la Encuesta Mensual de Comercio (PMC-IBGE).

Este avance fue el resultado de la combinación del crecimiento de las ventas en la misma tienda (SSS) y la expansión del área de ventas debido a la apertura de tiendas en el período.

Esto refleja una ejecución de moda más ágil y flexible, combinada con un modelo de suministro más preciso, con una asignación del 100 % por SKU y un menor lead time, uno de nuestros mayores diferenciales competitivos.

Esta evolución nos permitió aumentar nuestra capacidad de respuesta a las tendencias y generó un aumento en las ventas por m², aproximadamente un 45 % mayor que el de los competidores directos.

Los avances en estos pilares han contribuido a cumplir el compromiso de crecimiento anual de

los Ingresos Minoristas de entre el 9 % y el 13 % en el período comprendido entre 2026 y 2030.

La jornada omnicanal progresó con la expansión de la base de clientes, una mayor participación de clientes omni y mejoras en el NPS, lo que refleja la integración perfecta entre canales físicos y digitales.

Nuestros canales digitales mantuvieron un crecimiento consistente y rentable, respaldado por iniciativas de personalización, contenido, alianzas y el rendimiento de la aplicación, que siguió siendo una referencia entre los players nacionales de la moda.

Como resultado, GMV Digital creció un 12,3 %, alcanzando una penetración del 15,5 % y con una mayor rentabilidad en comparación con 2024.

Contribuyendo al encanto digital, lanzamos el Probador Virtual, una herramienta que permite al cliente probarse las prendas de la colección de una manera práctica y realista, además de ampliar el uso de modelos de inteligencia artificial en las categorías infantiles. Estas iniciativas mejoran la personalización y ayudan a aumentar la tasa de conversión de las ventas del canal.

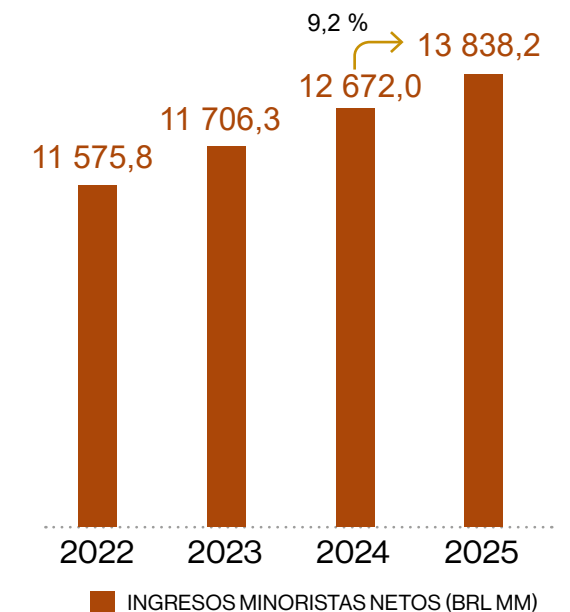
El beneficio bruto minorista consolidado ascendió a BRL 7759,1 millones, un aumento del 10,6 % en comparación con 2024. El margen bruto consolidado alcanzó el 56,1 % (+0,7 p.p. vs. 2024). El beneficio bruto de vestimenta ascendió a BRL 7054,6 millones (+12,3 % vs. 2024). Por otro lado, el margen bruto de indumentaria evolucionó 1,1 p.p. en relación con el año anterior, alcanzando el 57,4 %.

Esta evolución en el margen bruto se debió principalmente a la mejora en el rendimiento operativo, con una mayor agilidad en la captura de tendencias y el desarrollo de colecciones, combinado con la evolución continua del modelo de suministro. Además, redujimos las remarcaciones a lo largo del año, finalizando 2025 con un stock de nivel saludable.

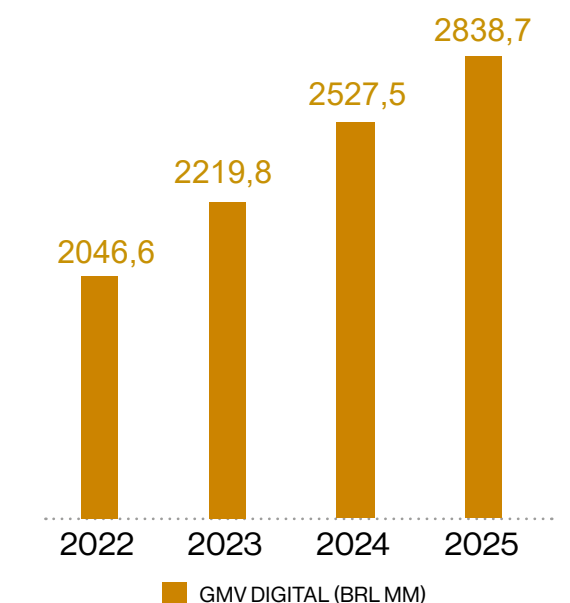
Si bien el entorno macroeconómico de 2026 presenta desafíos, seguimos confiando en la resiliencia de nuestro modelo de negocio y en la capacidad de ejecución a través de los ciclos.

Estamos concentrados en ofrecer una experiencia encantadora al cliente, con un crecimiento respaldado por una cultura sólida y una Gobernanza corporativa sólida que garantice la creación de valor a largo plazo para todos nuestros stakeholders.

Ingresos netos minoristas



GMV Digital



02.

Gobernanza corporativa

Desde 2005, cuando nos convertimos en la 1.ª corporación brasileña e integramos el Nuevo Mercado de B3, hemos seguido fortaleciendo nuestra Gobernanza corporativa. Esta excelente gobernanza sustenta nuestra estrategia de ESG, califica la toma de decisiones y contribuye a la generación de valor sostenible a largo plazo.

Capitales



ODS



Administración

GRI 2-9 | 2-11 | 405-1

En 2025, la empresa implementó una nueva estructura organizativa, orientada a aumentar la agilidad en la toma de decisiones, impulsar el crecimiento y ganar eficiencia.

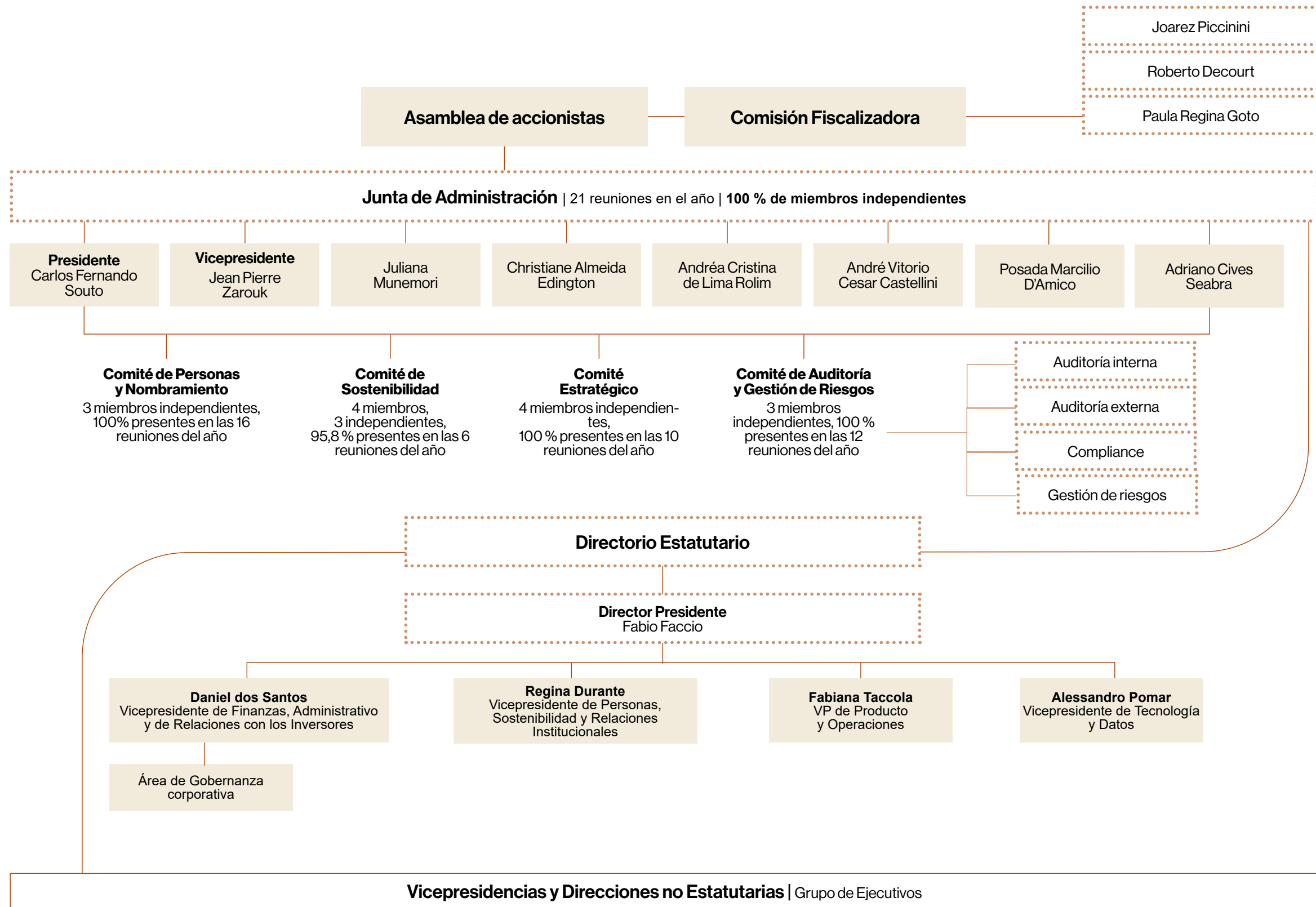
Las unidades de negocio (BU) minoristas comenzaron a dividirse en dos Vicepresidencias (VP), una (estatutaria) dedicada a Renner y la otra (no estatutaria) a las otras marcas (Youcom, Camicado, Ashua y Repassa).

Con esta organización, nos enfocamos y fomentamos el crecimiento de ambas divisiones, con el apoyo de equipos dedicados y conocedores de las principales oportunidades y desafíos. Así, creamos una estructura ágil y asertiva, asegurando una alta capacidad de respuesta tanto en el negocio principal (Renner) como en los otros frentes de actuación.

Las funciones y responsabilidades de cada órgano se definen en el [Estatuto social](#) y se rigen por los [Reglamentos internos](#).

Más información (+)

Conozca los detalles de la composición de cada órgano, la experiencia de sus miembros y la matriz de competencias de la Junta en la pág. 12 del [Manual de la asamblea 2025](#).





Elección y desempeño del alto liderazgo

GRI 2-10

Nuestra Junta de Administración está formada por ocho miembros elegidos individualmente en la Asamblea General, con un mandato de un año y reelección permitida. En Lojas Renner S.A., todos los miembros son independientes, de acuerdo con los criterios del Reglamento del Nuevo Mercado.

Nuestros directores, elegidos por la Junta de Administración, tienen un mandato de dos años con posibilidad de reelección. Se eligen en función de su experiencia profesional en el sector y la alineación con los valores corporativos, y desempeñan el papel de líderes en sus áreas de especialización.

Experiencia sectorial en la Junta

En total, cuatro miembros de la Junta de Administración (50 %) tienen experiencia laboral práctica en el sector de consumo en: gestión, académica, consultoría o investigación (basada en la clasificación GICS Nivel 11), como se presenta a continuación.

Juliana Munemori

13 años de experiencia en Sell Side Equity Research, centrándose en empresas del sector de consumo y minorista. Consultora en proyectos de Investment Banking en Itaú BBA, de 2013 a 2017. Premiada por Institutional Investor por su cobertura de los sectores minorista y bienes de consumo.

André Castellini

Socio Sénior Consultivo y cofundador de la oficina brasileña de Bain & Company. Con más de 35 años en consultoría de alta gerencia, es socio sénior de Prácticas de Private Equity, Estrategia, Aviación y Venta Minorista en América del Sur.

Andréa Rolim

Fue Directora Ejecutiva de Kimberly Clark Brasil, de 2020 a 2023; Presidenta de GSK Consumo, de 2017 a 2020; Directora de Negocios del Grupo Pão de Açúcar, de 2010 a 2012, y Vicepresidenta de Personal Care en Unilever, de 1993 a 2010.

Marcilio Pousada

Fue CEO de RD Saúde, de 2013 a 2024; Director Comercial de la empresa Submarino, de 1999 a 2000, y Director de Walmart, de 1994 a 1999.

Evaluación de desempeño

GRI 2-18

Realizamos anualmente las evaluaciones formales de desempeño de la Junta de Administración (desde 2009) y del Directorio Ejecutivo (desde 2012), conducidas por una consultora externa especializada. Estas evaluaciones siguen las buenas prácticas de Gobernanza corporativa y buscan la mejora continua de los órganos.

La evaluación incluye la efectividad de la Junta en su conjunto, de los Comités y el Presidente de la Junta, además de la competencia del organismo en habilidades críticas y su grado de madurez. La evaluación de 2025 demostró un organismo que está en transición de la etapa madura hacia la estratégica. Incluso con un desempeño altamente efectivo, los resultados de la evaluación nos permitieron identificar oportunidades de mejora, así como algunos planes de acción a implementar, siempre siguiendo las buenas prácticas de Gobernanza corporativa.

En el Directorio Ejecutivo, el Director Presidente es evaluado por el Comité de Personas y Nombramientos y el Presidente de la Junta, mientras que los demás directores son evaluados por el Director Presidente.

Los resultados se presentan al Comité, que informa a la Junta. Luego, esta evaluación

servirá como base para que el ejecutivo reciba acciones de la empresa como parte de su compensación, como se presenta a continuación.

Remuneración

GRI 2-19 | 2-20

Nuestro sistema de remuneración al Directorio busca crear valor sostenible y a largo plazo, así como atraer y retener a los mejores profesionales. La remuneración se divide en:

- Remuneración fija
- Beneficios
- Remuneración variable a corto plazo
- Remuneración variable a largo plazo

La remuneración variable está vinculada al ámbito de las métricas financieras y no financieras, colectivas e individuales, teniendo como objetivo el compromiso del alto liderazgo con el crecimiento del negocio.

Desde 2021, la retribución del Directorio está formalmente vinculada a los **objetivos de ESG**, fundamentados en la estrategia de Moda responsable 2030, con un seguimiento semestral de los indicadores de resultados.

Entre los principales temas de las metas se encuentran: cambio climático, cumplimiento socioambiental de los proveedores, productos con menos impactos, compromiso y diversidad.

Junta de Administración

63 %



37 %



BRL 8,49 millones repartidos entre:

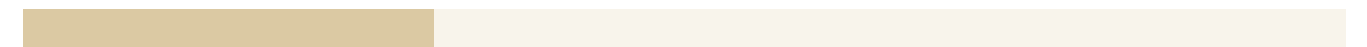
■ BRL 5,35 millones | Remuneración fija (pro-labore) ■ BRL 3,14 millones | Participación en comités

Directorio Estatutario

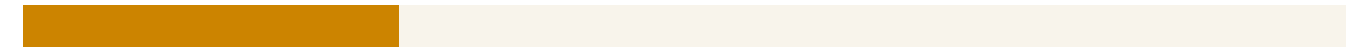
32 %



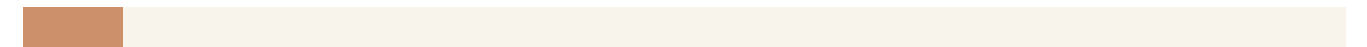
31 %



28 %



7 %



2 %



BRL 39 millones repartidos entre:

■ BRL 12,7 millones | Remuneración variable ■ BRL 12,1 millones | Remuneración basada en acciones (refuerzo de la retención, alinea los intereses ejecutivos y de los accionistas en la creación de valor sostenible a largo plazo)
 ■ BRL 10,8 millones | Remuneración fija (pro-labore) ■ BRL 2,8 millones | Otros ■ BRL 648 mil | Beneficios

Gestión de riesgos

GRI 2-12 | 2-13

Gobernanza

Tenemos una estructura directamente relacionada con la alta dirección, dedicada a garantizar la eficacia de los procedimientos de gestión de riesgos y a garantizar que las políticas y prácticas sean coherentes con la tolerancia al riesgo de nuestros accionistas.

Junta de Administración

4 miembros con experiencia* en Gestión de Riesgos y Auditoría:
Carlos Souto | Christiane Edington
Marcilio Pousada | Adriano Seabra

Comité de Auditoría y Gestión de Riesgos (Estatutario)

Prestación de servicios a Lojas Renner y sus controladas

Dirección de Riesgos y Auditoría

VP de Finanzas, Administrativo y de Relaciones con los Inversores

Gestión de riesgos

Auditoría interna

Compliance Corporativa

Prevención de Pérdidas

Gobernanza corporativa

Controles internos

Apoyo consultivo para la identificación, prevención y tratamiento de los principales riesgos en todas las áreas de negocios de todas las controladas

Junta de Administración

De acuerdo con el [Estatuto Social](#), la Junta de Administración evalúa periódicamente la exposición a los riesgos y la eficacia de los sistemas de gestión de riesgos, los controles internos y el sistema de integridad y cumplimiento de la Empresa.

Comité de Auditoría y Gestión de Riesgos (CAGR)

El CAGR está compuesto por tres miembros, todos ellos consejeros independientes, y asesora a la Junta de Administración en la supervisión y seguimiento de los procesos de gestión de riesgos y auditoría. Se enfoca en la adecuación del sistema corporativo de gestión de riesgos y controles internos, la calidad e integridad de la información financiera, la realización de auditorías internas e independientes y el cumplimiento de los requisitos legales, reglamentarios y estatutarios.

Trimestralmente, el Presidente de la CAGR participa en las reuniones de la Junta de Administración para proporcionar aclaraciones y discutir temas relacionados con la gestión de riesgos. Este proceso mantiene un contacto continuo con la Junta para la educación, el compromiso y la supervisión de la gestión de riesgos.

Más información (+)

Conozca detalles sobre el funcionamiento del organismo en el [Reglamento interno del Comité de Auditoría y Gestión de Riesgos](#).

Dirección de Riesgos y Auditoría

La Dirección actúa en la identificación, evaluación y tratamiento de los principales riesgos corporativos, reportando directamente a la CAGR. Con un equipo sénior, es responsable de traducir la orientación estratégica de la alta dirección en directrices prácticas, establecer políticas y procedimientos apropiados, implementar mecanismos de ejecución efectivos y promover una sólida cultura de gestión de riesgos en toda la empresa.

Para garantizar la independencia de los profesionales de Auditoría Interna y Gestión de Riesgos, la Dirección cuenta con un plan anual aprobado directamente por el CAGR.

Paralelamente, nuestras [políticas](#) orientadoras sobre gestión de riesgos presentan técnicas para que los gestores tengan autonomía y responsabilidad, sepan equilibrar los riesgos y mejorar la toma de decisiones estratégicas, tácticas y operativas.

En 2025, la metodología corporativa de gestión de riesgos se sometió a un proceso de revisión, centrándose en el fortalecimiento del modelo de madurez y en la mejora de los procesos de identificación, evaluación y monitoreo de riesgos.

La actualización está en línea con las mejores prácticas y directrices internacionales, reforzando la solidez y consistencia del modelo adoptado, como los del Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), del The Institute of Internal Auditors (IIA) e ISO 31000:2018.

*Según los criterios de Corporate Sustainability Assessment (CSA): actuación en áreas operativas de Gestión de Riesgos o Finanzas y Evaluación de Riesgos Financieros.

Proceso integrado

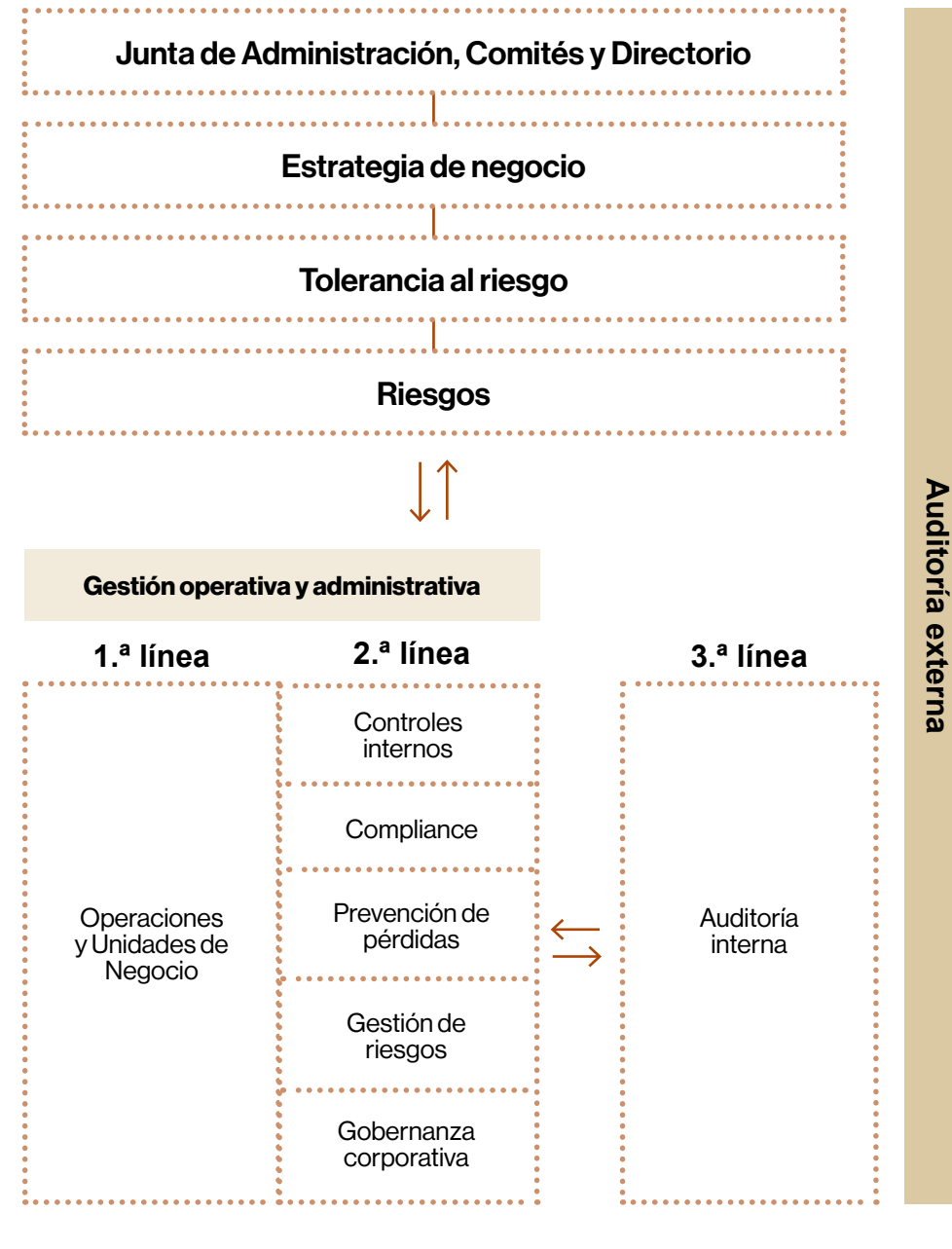
GRI 2-24

Nuestra Dirección de Riesgos y Auditoría trabaja estratégicamente y en todas las áreas de negocio, alineada con referencias internacionales, como ISO 31000:2018 y COSO ERM. A través de ella, ofrecemos asesoramiento en la identificación, evaluación, tratamiento, comunicación y seguimiento de riesgos clave.

Se trata de un proceso continuo para que los tomadores de decisiones tengan acceso a información consistente sobre los riesgos, componiendo un marco de gestión de riesgos operativos en el Modelo de Tres Líneas: la 1.ª línea con gerentes de todas las áreas del negocio; la 2.ª línea con la Dirección de Riesgos y Auditoría, que apoya el tema de riesgos en las áreas de Controles Internos, Gobernanza corporativa, Cumplimiento y Prevención de Pérdidas; y la 3.ª línea con Auditoría Interna.

Esta dinámica permite a cada área estructurar e implementar planes de acción para mitigar los riesgos identificados, promoviendo una cultura integrada. El modelo fortalece la gestión de riesgos de la Empresa, ya que permite la integración de las prácticas de buena gobernanza y gestión de riesgos con los conocimientos técnicos especializados presentes en cada área.

De esta manera, logramos análisis completos, que combinan la visión estratégica de nuestros consultores y auditores con la profundidad técnica de los expertos involucrados en temas específicos. Entonces, establecemos una priorización adecuada para las acciones de mitigación, además de estimular un entorno de feedback continuo y mejora permanente.



Alineación | Comunicación | Coordinación | Colaboración

Cultura de riesgo

GRI 2-24 | 2-25 | 2-29

Todos los colaboradores están comprometidos y reciben orientación para fortalecer la cultura de gestión de riesgos a través de la capacitación recurrente sobre: Código de Conducta, Sostenibilidad, Prácticas Anticorrupción, Compliance y Seguridad de la Información, entre otros. Estos contenidos, disponibles en portugués e inglés, forman parte del proceso de incorporación de nuevos colaboradores, además de reforzarse periódicamente para asegurar una amplia adhesión.

Además, ofrecemos formación específica para puestos de liderazgo y áreas consideradas más sensibles al negocio, a través de campañas de comunicación realizadas por las áreas de Compliance, Gestión de Riesgos, Controles Internos, Gobernanza y Prevención de Pérdidas.

Todos los colaboradores también deben leer y declarar conocer el Código de Conducta en el momento de su contratación o cada vez que se actualice el documento. Asimismo, los proveedores deben declarar conocer el Código de Conducta para Proveedores (disponible en portugués e inglés) en el momento de su contratación, divulgar la publicación a sus colaboradores y recibir continuamente contenidos y formación sobre el tema.

El área de Compliance Corporativa es responsable de mantener activo y en constante revisión el Programa de Cumplimiento. El programa está supervisado por el CAGR, por lo que contamos con un entorno corporativo basado en las mejores prácticas de Gobernanza corporativa, riesgos y cumplimiento.

Riesgos monitoreados

Riesgos típicos

Riesgos financieros

Eventos con pérdidas potenciales derivadas de la volatilidad de caja, variaciones del mercado, crédito y liquidez, que afectan la salud económica y financiera de la empresa.

Riesgos operativos

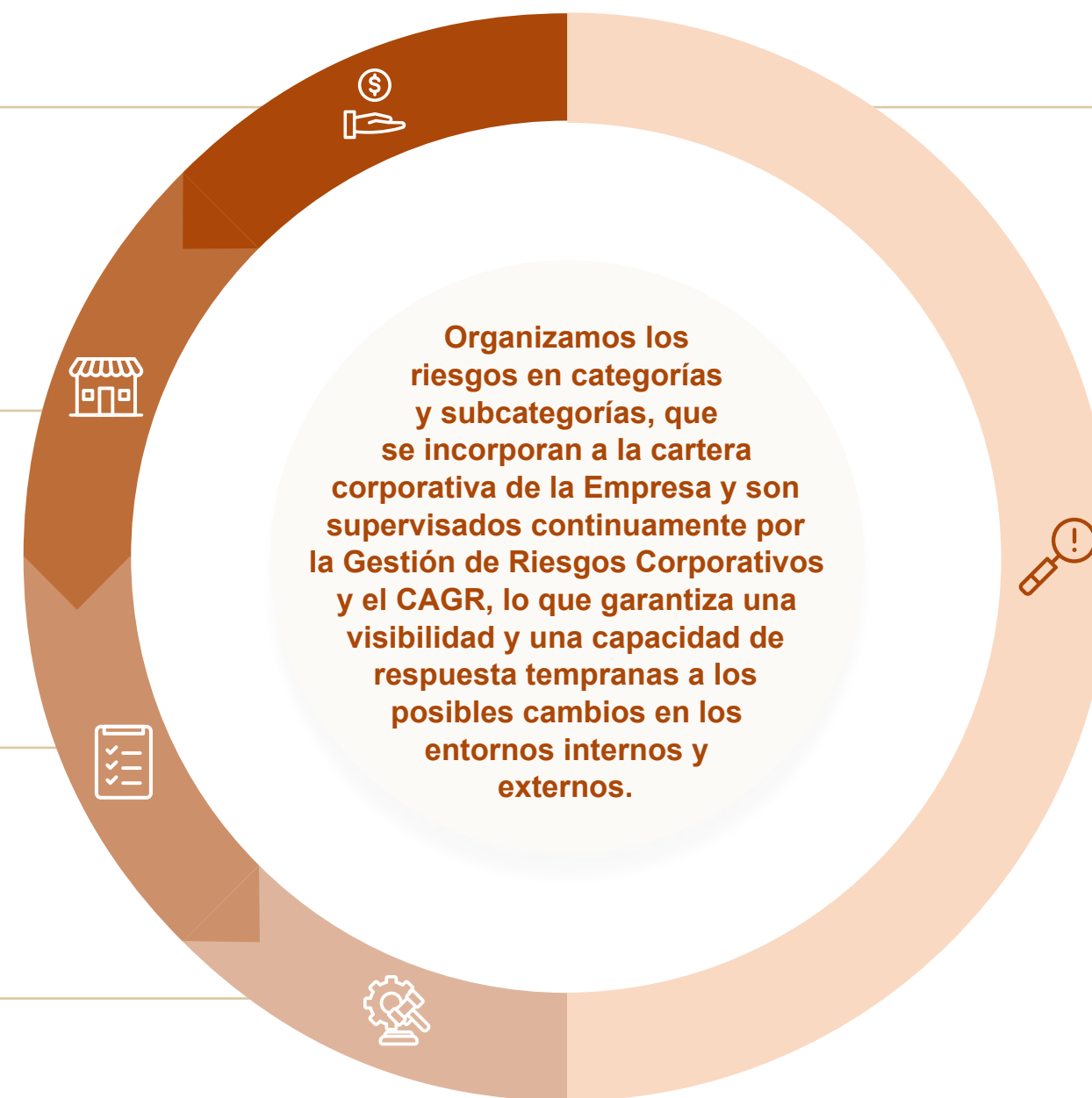
Fallas en procesos internos, sistemas o acciones desarrolladas por las personas, que pueden generar pérdidas que involucren las operaciones, los colaboradores, los activos, los clientes o los ingresos.

Riesgos estratégicos

Pueden comprometer la capacidad de la empresa para ejecutar su planificación y alcanzar sus objetivos estratégicos.

Riesgos de cumplimiento

Amenazas de sanciones legales, pérdidas económicas o daños a la reputación derivados del incumplimiento de leyes, reglamentos, normas y políticas internas.



Riesgos emergentes

Riesgos nuevos, emergentes o cada vez más importantes, cuya naturaleza e impactos aún no se comprenden completamente, además de estar en proceso de evolución.

En general, están fuertemente influenciados por factores externos sobre los que no tenemos control, con un alto grado de incertidumbre y que pueden afectar significativamente el negocio a largo plazo.

Estos riesgos pasan por la misma estructura general de gestión de riesgos y son monitoreados continuamente de acuerdo con la [Política de gestión de riesgos](#) y divulgados públicamente en el [Formulario de referencia](#), en el punto 4.1, "Descripción de los factores de riesgo".

Más información (+)

Conozca en detalle los riesgos identificados y gestionados en nuestro [Formulario de referencia](#).

Canal de denuncias

Para reforzar el compromiso con nuestras políticas y principios, ponemos a disposición de toda la sociedad, proveedores, clientes y colaboradores un canal de denuncias corporativo, que atiende, de manera unificada, a todas las empresas del ecosistema.

Varias posibilidades de acceso



Sitio web

contatoseguro.com.br/es/lojasrennersa
con accesibilidad



Aplicación Contacto Seguro



Teléfono Llamada gratuita: 0800 900 9091



24 horas 7 días a la semana



En tres idiomas Portugués | Inglés | Español

Divulgación amplia

en el sitio web, por email y talleres para colaboradores y proveedores y con carteles en las fábricas de proveedores (Tier 1) y sus contratistas (Tier 1 extendido), que están obligados a divulgar el canal y se les realizan auditorías durante nuestras visitas técnicas

Manejo estructurado

Equipo dedicado en el área de Compliance e informe semestral a la alta dirección

Seguimiento de estado

Campo en el sitio web para monitorear el estado de la investigación de la denuncia y complementar el informe, si es necesario

Garantía de confidencialidad

Confidencialidad y anonimato del denunciante para mitigar el riesgo de represalias y aumentar la seguridad, con una política de tolerancia cero para las represalias

Apoyo

Equipo psicológico que recibe la denuncia y le da la derivación adecuada

Contenido

Orientación e información educativa sobre el canal, fomentando su uso

Manejo de las denuncias

El sistema de negociación cubre el 100 % de nuestra operación, de acuerdo con el siguiente proceso:

Después de registrar una denuncia, el Comité de Compliance la dirige al comité responsable de la investigación (de acuerdo con la operación, ubicación y/o unidad involucrada). Este Comité establece el plazo para investigar el informe y crea el plan de acción para corregir la situación denunciada y evitar su materialización futura.

El área de Compliance Corporativa es responsable del seguimiento de los planes de acción, asegurando que se han estructurado adecuadamente y que cumplen con los requisitos necesarios para corregir la situación identificada.

La denuncia de irregularidades solo se completa cuando todos los puntos informados se han abordado adecuadamente a través del plan de acción, y luego el denunciante recibe una notificación del estado de conclusión.

También contamos con un Comité de Crisis multidisciplinario, que se reúne cuando se produce algún incumplimiento que afecte a la reputación de la Empresa.

El Comité define las iniciativas para: remediar los impactos de lo sucedido, tanto a la Empresa como a los stakeholders; los posicionamientos internos y externos; y los responsables del plan de acción, para evitar que el evento se repita.

Los casos que involucran a proveedores siguen el proceso de **remediación de no conformidades** establecido con los socios.

La empresa también cuenta con un Comité de Conducta, compuesto por el Director Presidente y otros vicepresidentes estatutarios, con el fin de garantizar la implementación, difusión, capacitación, revisión y actualización del Código de Conducta y el Canal de Denuncias.

03.

Moda responsable

Tras alcanzar las metas establecidas para el periodo 2018-2021, en 2022 lanzamos al mercado nuestro segundo ciclo estratégico de sostenibilidad, con nuevos compromisos. En cada pilar estratégico, identificamos los temas que presentan riesgos y oportunidades prioritarias para la Empresa y establecimos una hoja de ruta de metas para el progreso hasta 2030.

Capitales

ODS



Moda responsable 2030

GRI 3-1|3-2|3-3

RELACIONES HUMANAS Y DIVERSAS

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

A. Compromiso y bienestar

Estar entre los referentes nacionales en compromiso, asegurando un living wage* y avanzando continuamente en la promoción del bienestar de los colaboradores.

B. Diversidad e inclusión

Construir una cultura de diversidad, equidad e inclusión de grupos minoritarios.

Ofrecer una cartera de productos y servicios diversos e inclusivos, considerando la contribución potencial de cada negocio.

*Remuneración suficiente para proporcionar un nivel de vida digno para ellos y sus familias, de acuerdo con su lugar de residencia.

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.

A. Clima

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

B. Agua

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

C. 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, garantizando 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 los desafíos del sector.

A Cadena de valor

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

Fomentar la adopción del living wage* por parte de 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.

Los resultados significativos en los índices, rankings, ratings y evaluaciones ESG del mercado de capitales (más información en la [pág. 16](#)) son reflejo de la solidez y madurez de nuestra estrategia de sostenibilidad.

Construida a partir de un amplio estudio multidisciplinario, la estrategia de Moda responsable fue formalmente establecida en 2016, está actualmente en su 2º ciclo 2022-2030 y cuenta con una gobernanza estructurada y supervisión del alto liderazgo y de la Junta de Administración.

Los compromisos permean todo el modelo de negocio, formando parte de la toma de decisiones y gestión de riesgos de la Empresa.

Conozca las metas y resultados de cada pilar en las páginas a seguir.

ESTRATEGIA 2030

01. RELACIONES HUMANAS Y DIVERSAS

Compromiso y bienestar

Compromiso

Estar entre los referentes nacionales en compromiso, asegurando un living wage* y avanzando continuamente en la promoción del bienestar de los colaboradores.

Metas 2030	Submetas 2025	Resultados 2025	Novedades y avances del año	
Compromiso Estar en el mercado brasileño de alto rendimiento, conforme resultado de estudio de compromiso, incluyendo los resultados de las operaciones nacionales e internacionales consolidadas	Mantener el alto rendimiento en el ranking, considerando el resultado general de la encuesta	ALCANZADA 89% de compromiso Estamos en el mercado de alto rendimiento desde 2022	Marca empleadora reconocida 1.º lugar en el sector en las encuestas Premios FIA Lugares Increíbles para Trabajar 2025 y EXAME Mejores en Gestión de Personas 2025	Sucesión estructurada 93 % de retención de colaboradores identificados como talentos y 62 % de ascenso interno general
Referencia metodológica: encuesta de compromiso global Willis Towers Watson y rangos de resultados medios del estudio en el escenario brasileño.				
Bienestar Estar en el mercado brasileño de alto rendimiento, conforme resultado de encuesta de compromiso, incluyendo los resultados de las operaciones nacionales e internacionales consolidadas	Mantener el rendimiento del año anterior	ALCANZADA 84 puntos (+2 p.p. vs. 2024)	Alto desempeño en rankings de salud y calidad de vida <ul style="list-style-type: none"> 1.º minorista de moda en el Anuario Salud Mental en las Empresas del Instituto Philos Org Certificación Oro en el 28º Premio Nacional de Calidad de Vida, testimoniando excelencia en las prácticas de gestión de salud, bienestar y calidad de vida 	
Referencia metodológica: encuesta de compromiso global Willis Towers Watson y rangos de resultados medios del estudio en el escenario brasileño.				
Living wage* 100 % de los colaboradores recibiendo igual o más que el living wage* establecido	Validar las consultoras para mapeo de 100 % de los datos nacionales	ALCANZADA 89,7 % de los colaboradores recibiendo igual o más que el living wage* establecido	Consolidación de metodología Equipos de remuneración y beneficios definieron metodología para establecer living wage en la Empresa	Incrementos en beneficios importantes Promovimos la reducción de carencia en el seguro de salud para todos los cargos y niveles de auxiliares, asistentes y técnicos
Referencia metodológica: conforme metodología de Anker, consideramos todos los grupos de cargo en actividad normal, vacaciones, licencia maternidad y remuneración del socio, salvo aprendiz, practicante e intermitente, de Renner, Youcom, Camicado, Realize, Repassa e Instituto Lojas Renner ubicados en Brasil.				

*Remuneración suficiente para proporcionar un nivel de vida digno para ellos y sus dependientes, de acuerdo con su lugar de residencia.

ESTRATEGIA 2030

01. RELACIONES HUMANAS Y DIVERSAS

Diversidad y inclusión

Compromiso

Construir una cultura de diversidad, equidad e inclusión de grupos minoritarios.

Ofrecer una cartera de productos y servicios diversos e inclusivos, considerando la contribución potencial de cada negocio.

Metas 2030	Submetas 2025	Resultados 2025	Novedades y avances del año
<p>Raza</p> <p>50 % de los puestos de liderazgo ocupados por personas negras</p>	<p>36 % de los puestos de liderazgo ocupados por personas negras</p>	<p>● ALCANZADA</p> <p>2023 30,5 %</p> <p>2024 34,4 %</p> <p>2025 39,9 %</p>	<p>Comité Ejecutivo Plural Conformado por directores y vicepresidentes, para dirigir pautas de diversidad e inclusión de forma estratégica</p> <p>Academia de Liderazgo Plural Programa de formación para liderazgo inclusivo</p> <p>Educación ejecutiva Aceleración de carrera para personas negras y mujeres ejecutivas</p> <p>Sensibilización y formación Debates en meses temáticos con toda la empresa; guía para apoyo e inclusión de personas con discapacidad; vía obligatoria de combate y prevención contra el acoso, e introducción del tema en los ritos de la empresa</p> <p>Creación del Top Vacantes de Políticas Afirmativas Destaque de vacantes de políticas afirmativas en los canales de carrera</p>
<p>Género</p> <p>55 % de los cargos de alto liderazgo ocupados por mujeres</p>	<p>47 % de los cargos de alto liderazgo ocupados por mujeres*</p>	<p>● ALCANZADA</p> <p>2023 45,0 %</p> <p>2024 47,9 %</p> <p>2025 47,0 %</p>	
<p>Productos y servicios</p> <p>Ofrecer un portafolio de productos y servicios diversos e inclusivos, considerando el potencial de contribución de cada negocio:</p> <p>Moda: implementar procesos estructurados que consideren la diversidad de cuerpos en el desarrollo de portafolios</p> <p>Casa y decoración: desarrollar líneas de productos específicos para personas con discapacidad</p> <p>Crédito y financiación: productos y servicios financieros para grupos en estado de vulnerabilidad social</p>	<p>Realizar estudios sobre el tema</p> <p>Definir estrategia</p> <p>Iniciar piloto de productos y servicios diversos e inclusivos</p>	<p>● ALCANZADA PARCIALMENTE</p> <p>Cuerpos diversos en toda su variedad Realizamos diagnóstico de prácticas y estudio de potenciales y posibilidades de productos y servicios diversos, con orientaciones prácticas para desarrollo en cada unidad del negocio</p>	<p>Formación sobre relaciones raciales Para el equipo que desarrolla los productos</p> <p>Herramienta de accesibilidad Para personas con discapacidad visual en las tiendas (colaboradores y clientes) en el dispositivo de atención</p> <p>Encuesta de tendencias y recomendaciones de avance Para las marcas con relación a diversidad de cuerpos (moda), personas con discapacidad (casa y decoración) y personas en situación de vulnerabilidad (servicios financieros)</p> <p>Lanzamiento de colecciones Colección Ateliê Renner y Mão de Mãe</p>

Referencia metodológica: consideramos cargos de liderazgo a coordinadores, supervisores, líderes de proceso, gerentes, gerentes seniores, directores, vicepresidentes y presidentes en Brasil, excepto colaboradores de Uello.

Referencia metodológica: consideramos cargos de alto liderazgo a gerentes seniores, directores, vicepresidentes y presidentes.

*La reducción de la meta de 2025 para 2024 se debe a la revisión de las submetas anuales del compromiso 2030, en línea con la curva de progresión en los últimos dos años, de manera de ajustar los esfuerzos para alcance del compromiso de largo plazo (2030).



Más información (+)

Conozca en detalle nuestra actuación en el tema en la [pág. 46](#).

CASE

La riqueza de la diversidad en la moda y lifestyle

Construir moda y lifestyle es sobre entender de personas — sus historias, identidades, deseos y formas únicas de existir.

Por eso, al integrar diversidad a nuestra gobernanza y a la forma como operamos, fortalecemos nuestra capacidad de leer tendencias, entender comportamientos y crear productos que realmente dialogan con Brasil — país plural y múltiple, donde estamos presentes de punta a punta.

Esta visión nos hace más innovadores, amplía nuestra relevancia, mejora la experiencia en nuestros canales y nos ayuda a atraer y retener talentos diversos. Con esto, fortalecemos nuestro capital humano e intelectual para seguir creciendo de forma sostenible y conectada con las personas.

Observando la base de clientes, 75 % compuesta por mujeres, la diversidad racial de nuestros equipos y nuestra presencia en todo Brasil, entendemos que la diversidad es inherente al negocio.

Nuestros productos y servicios, a su vez, llevan la cultura de D&I de forma auténtica y genuina.

En este escenario, hace cinco años estructuramos nuestra estrategia de Diversidad e Inclusión para colocarla en el centro de nuestra cultura y de las decisiones de la empresa.

Y por medio de esta estrategia es que fortalecemos nuestra gobernanza, desarrollamos los liderazgos y ampliamos el acceso a oportunidades para impulsar la inclusión.

En 2025, implementamos marcos que refuerzan la construcción del camino rumbo a las metas de ampliar la representatividad de mujeres en el alto liderazgo y de personas negras en los cargos de liderazgo, de modo a proporcionar las condiciones adecuadas para que se hagan posibles y consistentes.

Con una gobernanza fortalecida por el Comité Ejecutivo Plural, la formación de la Academia de Liderazgos Plural y la construcción de políticas y herramientas de concientización para la alfabetización de los equipos, creamos un ambiente donde la diversidad y la inclusión ganan impulso para sostenerse a largo plazo.

ESTRATEGIA 2030

02. SOLUCIONES CLIMÁTICAS, CIRCULARES Y REGENERATIVAS

Clima

Compromiso

Acelerar la transición hacia una economía de bajo carbono, alcanzando metas de reducción basadas en la ciencia (SBTi) y la neutralidad climática hasta 2050.

Metas 2030	Submetas 2025	Resultados 2025	Novedades y avances del año
<p>Alcances 1 y 2</p> <p>Reducir en 46,2 % las emisiones absolutas de los alcances 1 y 2</p>	<p>Reducir un 35 % las emisiones absolutas de los alcances 1 y 2</p>	<p>● ALCANZADA</p> <p>2023 59 % 2024 60,9 % 2025 37 %</p> <p>En 2025, hubo un aumento significativo en las emisiones de alcance 1, debido a la utilización de gases refrigerantes con mayor GWP (Potencial de Calentamiento Global, por su sigla en inglés)</p>	<p>Mantenimiento preventivo Creamos un plan de acción de mantenimiento preventivo y cambio de aparatos de aire acondicionado para equipos más eficientes, de modo de reducir el uso de gases con mayor GWP</p> <p>Avance en materias primas con menos impacto (pág. 13) Apoyan la estrategia de reducciones de emisiones y la meta Net Zero, dado que el alcance 3 compone el 95 % de nuestras emisiones</p> <p>Evaluación de impactos en biodiversidad Avanzamos para la etapa A en metodología LEAP (Locate, Evaluate, Assess and Prepare) de The Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD), con diagnóstico cualitativo de riesgos relacionados a la biodiversidad</p> <p>Estudio colaborativo: Brasil de Soluciones Participamos de la iniciativa del Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS), que aplicó la metodología LEAP con 20 empresas brasileñas para medición de riesgos, impactos y dependencias sobre biodiversidad</p> <p>Calificación A List Nota máxima de evaluación CDP, principal evaluador de estrategia, prácticas y desempeño climático</p>
<p>Alcance 3</p> <p>Reducir un 55 % las emisiones del alcance 3 de bienes y servicios adquiridos por prenda de vestuario y calzado para Renner e Youcom</p>	<p>Reducir un 5 % las emisiones del alcance 3 de bienes y servicios adquiridos por prenda de vestuario y calzado</p>	<p>● NO ALCANZADA</p> <p>2023 5,2 % 2024 6 % 2025 0 %</p> <p>En 2025, ocurrieron cambios significativos en los factores de emisión y en la composición general de materias primas. Por eso, iniciamos un plan de acción de compensación, con herramientas de cálculo automatizado de emisiones y orientación de equipos de Producto sobre el impacto en el uso de materias primas</p>	
<p>Energía renovable</p> <p>Continuar el suministro anual activo de electricidad 100 % de fuentes renovables de bajo impacto</p>	<p>Continuar el suministro anual activo de energía eléctrica 100 % renovable</p>	<p>● ALCANZADA</p> <p>100% de energía eléctrica renovable en el suministro anual</p>	<p>Mantenimiento del 100 % de energía renovable Por medio de haciendas solares, contratos bilaterales e International Renewable Energy Certificate (I-RECs)</p>

Referencia metodológica: meta validada por la Science Based Targets Initiative (SBTi), cubre todos los negocios (100 %), tiene como año base el 2019 y considera elección de compra.

Referencia metodológica: meta validada por la SBTi en septiembre de 2024, cubre a Renner y a Youcom (de extracción de la materia prima hasta el centro de distribución) y tiene como año base el 2019.

*Corrección en relación al Informe Anual de 2024: la meta para 2024 era 32 %, no 36 %, como presentado en la publicación del informe anual anterior.

ESTRATEGIA 2030

02. SOLUCIONES CLIMÁTICAS, CIRCULARES Y REGENERATIVAS

B. Agua

Compromiso

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

Metas 2030	Submetas 2025	Resultados 2025	Novedades y avances del año				
<p>Reducción de consumo</p> <p>El 68 % de las tiendas Renner tienen equipos que reducen el consumo de agua</p>	<p>El 51 % de las tiendas Renner tienen equipos que reducen el consumo de agua</p>	<p>● ALCANZADA</p> <p>51 % de las tiendas con equipos que reducen el consumo de agua</p>	<p>Estudio de riesgos y oportunidades de seguridad hídrica Nueva edición del estudio, con el fin de identificar y analizar las vulnerabilidades actuales y futuras relacionadas al agua en la operación y en la cadena</p> <p>Calificación A List Nota máxima de evaluación CDP, principal evaluador de estrategia, prácticas y desempeño en gestión hídrica</p>				
<p>Huella hídrica</p> <p>El 60 % de las piezas fueron clasificadas como de bajo consumo de agua (proveedores estratégicos de jeans)</p>	<p>El 45 % de las piezas fueron clasificadas como de bajo consumo de agua (proveedores estratégicos de jeans)</p>	<p>● ALCANZADA</p> <p>67,9 % piezas clasificadas como bajo consumo (+20,9 p.p. vs. 2024)</p>	<p>Encuentro Anual de Químicos y Agua Reuniendo más de 100 participantes, de la cadena de jeans y telas, para presentación de resultados, capacitación sobre procesos más limpios e intercambio de buenas prácticas sobre el tema</p> <p>1ª edición del Premio de Innovación Química Reconocimiento al proveedor que desarrolló un botón libre de sustancias restringidas, una alternativa más segura y con condiciones comerciales competitivas</p>				
<p>Sustancias restringidas</p> <p>100 % de proveedores de productos textiles y calzados sin sustancias restringidas* en sus productos</p>	<p>El 20 % de los proveedores de productos textiles y calzados sin sustancias restringidas en sus productos</p>	<p>● ALCANZADA</p> <table border="1"> <tr> <td>2024</td> <td>15 %</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>31 %</td> </tr> </table>	2024	15 %	2025	31 %	<p>Manual de Sustancias Restringidas Revisión y lanzamiento de una <u>nueva edición</u> del documento, dirigida a los proveedores y basada en el mapeo de las principales normativas de la cadena textil. El manual apoya la identificación de químicos restringidos y contribuye para la eliminación de aquellos potencialmente tóxicos en la cadena</p>
2024	15 %						
2025	31 %						

Referencia metodológica: considerando uso intensivo de agua de proveedores estratégicos (proveedores de la cadena nacional que contribuyen de forma sostenible para el negocio, presentan una estructura de gestión adecuada para la atención de demandas comerciales de calidad, capacidad y reactividad, además de contar con potencial y disposición para el crecimiento junto con el ecosistema de Lojas Renner S.A.).

Referencia metodológica: ausencia de sustancias restringidas descritas en el Manual de Químicos, comprobada por pruebas periódicas en laboratorios terceros acreditados.

*Las iniciativas para la cadena de calzados se iniciarán en 2026, de acuerdo con nuestro roadmap estratégico.

ESTRATEGIA 2030

02. SOLUCIONES CLIMÁTICAS,
CIRCULARES Y REGENERATIVASC. Circularidad
y regeneración

Compromiso

Desarrollar productos, servicios y modelos de negocios circulares y regenerativos para estimular y posibilitar que nuestros clientes hagan elecciones conscientes.

Metas 2030	Submetas 2025	Resultados 2025	Novedades y avances del año						
<p>Productos</p> <p>Incorporar principios de circularidad en el desarrollo de productos, servicios y modelos de negocio</p>	<p>Desarrollo de indicadores para seguimiento interno de la incorporación de circularidad en los productos, servicios y modelo de negocio</p>	<p>● ALCANZADA</p> <p>Indicadores y sistema de monitoreo para medir continuamente el consumo de las dos principales materias primas: poliéster reciclado y algodón reciclado</p>	<p>Lanzamiento de la colección Algodón Regenerativo La primera de Brasil con materia prima de cultivo agroforestal y agroecológico</p> <p>Primero Jeans Black reciclado de Brasil El proyecto Jeans for Change de Youcom superó desafíos técnicos que limitaban la circularidad solo los jeans azules</p> <p>Grupos de trabajo para potenciar el uso de materias primas recicladas Análisis de impacto de costo y técnico para hacer viable el aumento del uso de poliéster reciclado y procesos de reutilización del residuo de la cadena para producción de jeans reciclados</p> <p>Workshops de circularidad Capacitación sobre circularidad con el equipo de Producto y desarrollo de prendas más sostenibles</p>						
<p>Materias primas</p> <p>Invertir en el desarrollo de materias primas textiles circulares y regenerativas, garantizando el 100 % de las principales materias primas más sostenibles</p>	<p>Lograr el 75 % de materias primas textiles circulares y regenerativas, garantizando el 100 % de las principales materias primas más sostenibles</p>	<p>● ALCANZADA PARCIALMENTE</p> <table border="1"> <tr> <td>2023</td> <td>63,5 %</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>63,4 %</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>73,9 %</td> </tr> </table>	2023	63,5 %	2024	63,4 %	2025	73,9 %	
2023	63,5 %								
2024	63,4 %								
2025	73,9 %								
<p>Embalajes</p> <p>Eliminar los embalajes plásticos, de las tiendas físicas y del e-commerce, que no pueden ser reutilizados o reciclados</p>	<p>Poner a cero el uso de bolsas de plástico que no pueden ser reutilizadas o recicladas por los clientes</p>	<p>● NO ALCANZADA</p> <p>Tiendas que usan bolsas de plástico</p> <table border="1"> <tr> <td>2023</td> <td>43</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>73</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>32*</td> </tr> </table>	2023	43	2024	73	2025	32*	
2023	43								
2024	73								
2025	32*								
<p>Residuos</p> <p>Buscar soluciones para reducir la generación y promover la circularidad de los principales residuos de la operación y de los proveedores estratégicos</p>	<p>Buscar soluciones para reducir la generación y promover la circularidad de los principales residuos de la operación y de los proveedores estratégicos</p>	<p>● ALCANZADA</p> <p>Soluciones de circularidad y reducción de residuos y en desarrollo</p> <p>Tanto en la operación (tiendas y centros de distribución), como en la cadena de suministro</p>	<p>Nota A en la Certificación Lixo Zero Concedido por el Instituto Lixo Zero Brasil (ILZB) al Centro de Distribución de São José (SC), con nota máxima en el Índice de Buenas Prácticas</p> <p>Rastreabilidad de residuos Implantación de software para gestión de los residuos en las operaciones</p> <p>Vía de Sostenibilidad y Gestión de Residuos Capacitación con los equipos de los Centros de Distribución sobre gestión ambiental y de residuos sólidos</p> <p>Análisis y diagnóstico de embalajes plásticos en el e-commerce Con foco en la sustitución de esos materiales y en la definición de un roadmap para implementación de alternativas más sostenibles</p>						

Referencia metodológica: materias primas más sostenibles, que promuevan los principios de circularidad o que sean provenientes de procesos de cultivo y plantación regenerativos, incluyendo la agricultura orgánica o en transición, combinada con prácticas de salud del suelo y gestión de la tierra, imitando los procesos de la naturaleza.

Referencia metodológica: embalajes plásticos que sirven para acondicionar las compras en las tiendas físicas.

*La meta no fue totalmente lograda debido a que las tiendas aún tienen existencias remanentes de bolsas de plástico, que se utilizarán para evitar desecharlas, manteniendo para 2026 la meta de llegar a cero.



Más información (+)

Conozca en detalles nuestra actuación en el tema en la [pág. 52](#).

CASE

Innovación y liderazgo para descarbonizar la cadena

El algodón es nuestra principal materia prima y el punto de partida de nuestros productos.

En consecuencia, es donde se concentra la parte relevante de nuestras emisiones. Por eso, hace tres años, fuimos pioneros en desarrollar un modelo de cultivo capaz de regenerar un territorio, reducir emisiones y crear valor para el pequeño productor. Nuestro objetivo es buscar una nueva lógica de producción la moda brasileña.

Este movimiento dio origen a nuestro proyecto de algodón agroforestal en el Cerrado, en asociación con Farfarm y la Universidad Federal de Mato Grosso.

La descarbonización solo es posible si cambiamos la base de la cadena. Por eso, nuestra actuación en el campo para la innovación desde la producción de la materia prima nos hace avanzar en la meta climática de alcanzar Net Zero en 2050.

En 2025, lanzamos nuestra primera colección exclusiva producida con el algodón cultivado en sistemas agroforestales apoyados por el proyecto.

Esta colección es el marco visible de un movimiento mayor. Estamos ayudando a construir, en Brasil, las bases de una nueva economía de

moda — una economía que reduce emisiones, restaura ecosistemas, valoriza a quien produce y prepara el sector para el futuro.

Los principales resultados alcanzados muestran:

- potencial de recuperación de suelo
- aumento de biodiversidad
- secuestro de carbono medio de 18,37 tCO₂e por hectárea por cosecha.

Eso hace retomar la vitalidad a los territorios degradados, crea sistemas más resilientes a los cambios climáticos y propone nuevas técnicas de cultivo para el sector.

El impacto social avanza en la misma dirección. El trabajo con agricultores familiares fortalece la autonomía de las comunidades, diversifica la renta y amplía la seguridad alimentaria.

La transición para sistemas agroforestales exige aprendizaje, seguimiento técnico e inversión. Al participar de este proceso desde el inicio, impulsamos capacidades locales que serán fundamentales para la expansión de la agricultura regenerativa en el país.

ESTRATEGIA 2030

03. CONEXIONES QUE AMPLIFICAN

Cadena de valor

Compromiso

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

Metas 2030	Submetas 2025	Resultados 2025	Novedades y avances del año															
<p>Certificación</p> <p>Certificar 100 % de la cadena de proveedores por medio de criterios socioambientales</p>	<p>Certificar el 100 % de la cadena de proveedores de vestuario por medio de criterios socioambientales</p> <p>Certificar 15 % de la cadena de proveedores administrativos por medio de criterios socioambientales</p>	<p>ALCANZADA</p> <ul style="list-style-type: none"> ● vestuario ● casa y decoración <table border="1"> <tr> <td>2023</td> <td>99 %</td> <td>100 %</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>100 %</td> <td>100 %</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>100 %</td> <td>100 %</td> </tr> </table> <p>ALCANZADA PARCIALMENTE</p> <table border="1"> <tr> <td>2024</td> <td>15 %</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>9 %*</td> <td></td> </tr> </table>	2023	99 %	100 %	2024	100 %	100 %	2025	100 %	100 %	2024	15 %		2025	9 %*		<p>Auditoría externa del Programa de Conformidad con base en las directrices de las normas ISO 19011:2018 (Directrices para Auditoría de Sistemas de Gestión) e ISO 20400:2017 (Compras Sostenibles)</p> <p>Gestión de proveedores administrativos En 2025, con la transferencia de la gestión de conformidad de proveedores administrativos al área de Sostenibilidad, trabajamos en la evolución del programa para ampliación de la Gobernanza corporativa y fortalecimiento del monitoreo de la cadena</p>
2023	99 %	100 %																
2024	100 %	100 %																
2025	100 %	100 %																
2024	15 %																	
2025	9 %*																	
<p>Desempeño ESG</p> <p>Alcanzar 60 % del volumen de compras en Proveedores de Reventa con clasificación A+ en nuestra matriz de desempeño ESG</p>	<p>Alcanzar 53 % del volumen de compras en proveedores de Reventa con clasificación A+ en nuestra matriz de desempeño ESG</p>	<p>ALCANZADA</p> <table border="1"> <tr> <td>2023</td> <td>46,6 %</td> </tr> <tr> <td>2024</td> <td>50,4 %</td> </tr> <tr> <td>2025</td> <td>57,0 %</td> </tr> </table>	2023	46,6 %	2024	50,4 %	2025	57,0 %	<p>1° edición del encuentro Red Responsable para proveedores de calzados Participación de 23 proveedores y 38 profesionales, con foco en el compromiso con ética y responsabilidad socioambiental</p> <p>Programa de Aceleración en Conformidad (PAC) Participación de 6 proveedores, de los cuales el 50 % alcanzaron clasificación socioambiental de alto desempeño</p> <p>Expansión de la cualificación ESG para proveedores internacionales Lanzamiento del Programa de liderazgo con compromiso, aceleración y desarrollo (LEAD)</p> <p>Convención de Proveedores de Lojas Renner S.A. Evento estratégico reuniendo la cadena de suministros para reconocimiento, alineación de expectativas y fortalecimiento del ecosistema de moda responsable de la empresa</p>									
2023	46,6 %																	
2024	50,4 %																	
2025	57,0 %																	

Referencia metodológica: consideramos proveedores de Reventa Renner, Youcom, Ashua, Camicado y proveedores administrativos prioritarios, conforme matriz de criticidad.

Referencia metodológica: clasificación de acuerdo con nuestra matriz de desempeño ESG, con seis niveles, de acuerdo con su desempeño en compromisos socioambientales con hasta seis niveles: alfa – protagonistas, beta – modelo de desempeño, A – alta gestión de la conformidad, B – media gestión de la conformidad, C – baja gestión de la conformidad y D – gestión de la conformidad insuficiente.

*A lo largo de 2025, priorizamos avanzar en los planes de acción junto con los proveedores ya certificados, impactando en la reducción del volumen de nuevas certificaciones. La meta está siendo revisada para apoyar a priorizar acciones que generen más valor para el negocio y la cadena.

ESTRATEGIA 2030

03. CONEXIONES
QUE AMPLIFICANCadena
de valor

Compromiso

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

Metas 2030	Submetas 2025	Resultados 2025	Novedades y avances del año
<p>Living wage*</p> <p>Fomentar la adopción del living wage por parte de los proveedores estratégicos</p>	<p>Actualizar y profundizar la recolección de datos de living wage en la cadena de proveedores estratégicos</p>	<p>● ALCANZADA</p> <p>Estudio living wage en la cadena Identificamos las ocupaciones más impactadas y la diferencia entre la referencia y la práctica actual</p>	<p>Identificación de datos El estudio realizado evaluó el 81 % de la cadena productiva de proveedores estratégicos en los estados de RS, SC y SP, sirviendo como insumo para definir los próximos pasos de la iniciativa</p>
<p>Rastreabilidad</p> <p>Alcanzar el 100 % de rastreabilidad de los productos de algodón y avanzar en la rastreabilidad de las demás materias primas textiles</p>	<p>Alcanzar el 5 % de rastreabilidad de los productos de algodón del volumen global</p> <p>Avanzar en la rastreabilidad de las demás materias primas textiles</p>	<p>● NO ALCANZADA</p> <p>Solución de rastreabilidad en revisión y desarrollo, por lo tanto, aún no hay porcentaje consolidado de rastreo</p> <p>● ALCANZADA</p> <p>Diseño de la estrategia y programa de rastreabilidad Estructurado a partir de tres pilares fundamentales, para escenario global:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso de actores • Solución tecnológica • Viabilidad 	<p>Programa de Rastreabilidad Digital Condujimos un piloto de rastreabilidad con proveedores estratégicos de Renner para validar el escalonamiento operacional del modelo propuesto en el proyecto para el algodón, confirmando la viabilidad práctica de rastreabilidad de manera automatizada</p> <p>Better Cotton Físico Adherimos a la iniciativa como solución para la cadena de algodón internacional, con foco en el aseguramiento de la rastreabilidad</p> <p>Comité Consultivo del Diálogo Multisectorial Brasileño Apoyamos en la estructuración e integramos el Comité de Gobernanza corporativa, iniciativa de Better Cotton, que discute cuestiones técnicas y estratégicas sobre temas socioambientales relacionados al algodón, al lado de representantes de los sectores público y privado y de la sociedad civil</p>
<p>Sellers</p> <p>Monitorear y promover la inclusión y el desarrollo socioambiental de los sellers</p>	<p>Implementar herramienta de monitoreo ESG en los sellers</p>	<p>● ALCANZADA</p> <p>Homologación de sellers Con la revisión en la estrategia de marketplace en 2025, que pasó a enfocar solo en grandes marcas, adoptamos con esos aliados la aceptación del Código de Conducta y la homologación de acuerdo con checklist socioambiental</p>	<p>Matriz de riesgo socioambiental Creada para identificar, para cada segmento de sellers, tanto en moda como en casa y decoración, el grado de impacto y de corresponsabilidad en casos de no conformidad</p> <p>Monitoreo Creación de herramientas para monitoreo y combatir la piratería, contrabando, evasión fiscal y delitos contra la propiedad intelectual y la cadena de valor</p>

Referencia metodológica: la rastreabilidad involucra saber donde fue producido el algodón y por donde pasó, desde la materia prima hasta convertirse en una prenda terminada. La rastreabilidad debe ser comprobada por sistema digital, que demuestra las etapas de producción.

*Remuneración suficiente para proporcionar un nivel de vida digno para ellos y sus dependientes, de acuerdo con su lugar de residencia.



CASE

Proveedores para el futuro

Construimos una de las jornadas más robustas del comercio minorista de moda global en conformidad y desarrollo ESG de proveedores de producto.

Desde 2015, hicimos obligatoria la certificación socioambiental para proveedores de reventa, estructurando una gestión de conformidad basada en evidencias y monitoreo continuo.

Los primeros datos del monitoreo, de 2017 a 2020, revelaron importantes oportunidades de evolución: el fortalecimiento del Programa de Cualificación y el lanzamiento del Programa de Aceleración en Conformidad (PAC). Con ellos, elevamos el estándar socioambiental y nos aproximamos a nuestros asociados para el alcance de estándares ESG más exigentes.

En los últimos cuatro años, el uso de datos ganó relevancia como orientador del Programa de Conformidad. Evolucionamos en inteligencia analítica, construimos modelos matemáticos de previsión de riesgo y pasamos a usar las informaciones como factores de decisión.

Este historial nos permitió consolidar un modelo de monitoreo, cualificación y datos que sustenta la gestión de proveedores para genera impacto positivo en toda la cadena.

Todos los años, evaluamos a nuestros proveedores respecto a criterios de condiciones de trabajo, derechos constitucionales y del trabajador, gestión ambiental, salud y seguridad, rastreabilidad, uso de químicos, entre otros temas socioambientales.

Estas prácticas generaron resultados y avances para la transición más sostenible en todas las etapas de nuestra cadena productiva:

- Desde 2021, el 100 % de los proveedores globales de Renner y Youcom están certificados
- Desde 2024, el 100 % de los proveedores globales de Camicado están certificados
- El 31,8 % de los proveedores de vestuario, casa y decoración ya alcanzan alto desempeño socioambiental
- El 67,9 % de las prendas denim y sarga son clasificadas como de bajo consumo hídrico
- El 50,0 % del volumen nacional de vestuario es rastreado digitalmente (Tier 1 y Tier 1 extendido)
- Evolución en el desempeño socioambiental del 24,1 % del volumen de compra global, reflejo de los esfuerzos con el PAC.

La fuerza de este modelo es fundamental para hacer viable las metas de moda responsable, regenerativa y circular: queremos acelerar la transformación de la moda junto con nuestros aliados, creando bases para un sector más ético, transparente y sostenible en Brasil y en el mundo.

Más información (+)

Conozca en detalle nuestra actuación en el tema en la [pág. 73](#).

Gobernanza de ESG

GRI 2-17|2-19|2-23|2-24

Tenemos una gobernanza corporativa formalmente estructurada, responsable por la gestión de riesgos y oportunidades ESG y climáticos, además de la supervisión de la estrategia de Moda responsable.



Desde 2021, la remuneración variable del Directorio Estatutario está formalmente vinculada a metas ESG, relacionadas a los compromisos públicos de Moda responsable 2030, con peso de 5 % y monitoreo semestral de los indicadores de resultados.

La remuneración variable se aplica también a todos los niveles de direcciones no estatutarias, gerencias, coordinación, especialistas y consultores técnicos.

Está establecida a partir de la evaluación de desempeño de cada colaborador, en la cual se analiza el progreso en relación a las metas — incluyendo aquellas vinculadas a temáticas ESG. El peso de cada meta varía entre el 5 % y 15 %. Por lo tanto, los colaboradores que tienen varias metas ESG vinculadas a su cargo pueden tener un peso acumulado de hasta el 55 %.

Además, tenemos indicadores de gestión de riesgos para esos cargos, relacionados tanto a la reducción del impacto de riesgos identificados como a la ejecución de los proyectos de auditoría y mitigación.

En conjunto, los indicadores ESG que influyen sobre la remuneración variable se aplican a cargos de todos los niveles jerárquicos en diversas direcciones.

Metas ESG en la remuneración variable en 2025

- % de productos con materia prima reciclada en la composición **5 direcciones | 23 colaboradores**
- Volumen de compras en proveedores con clasificación A o más **8 direcciones | 90 colaboradores**
- Presencia en el Índice de Sostenibilidad Empresarial (ISE) y en el Dow Jones Best-in-Class **15 direcciones | 117 colaboradores**
- % de pérdida de inventario **13 direcciones | 1352 colaboradores**
- % de índice de riesgos corporativos **2 direcciones | 11 colaboradores**
- Ejecución de los proyectos de auditoría para mitigación de riesgos **2 direcciones | 6 colaboradores**
- Limitar las emisiones absolutas de tCO₂e en logística **4 direcciones | 27 colaboradores**
- Ganancia de eficiencia energética en tiendas **2 direcciones | 6 colaboradores**

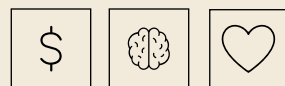
04.

Relaciones humanas y diversas

Nuestra estrategia de [Moda responsable 2030 \(pág. 27\)](#)
Construir relaciones humanas y diversas, asegurando que cada individuo sea capaz de desarrollar todo su potencial.»



Capitales



ODS



Cultura y compromiso

Talento y cultura son los pilares fundamentales para realización de nuestra estrategia y modelo de negocio. Las personas comprometidas encantan a los clientes. Los clientes encantados son clientes fieles. Clientes fieles generan resultados consistentes y sostenibles.

Con 26 000 colaboradores y 20 millones de clientes distribuidos por todo Brasil, nuestra cultura organizacional es elemento central para la ejecución consistente de la estrategia.

Es esta que orienta comportamientos, decisiones y prioridades en el día a día, garantizando que la propuesta de valor llegue al cliente de forma alineada, coherente y escalable.

Contar con las personas adecuadas, manteniéndolas comprometidas con los valores de la empresa, fortalece nuestra capacidad de ejecución, impulsa la innovación y asegura la calidad de las entregas.

La atracción, el desarrollo y la retención de talentos son, por lo tanto, factores críticos para sustentar el crecimiento, preservar la identidad de la marca y viabilizar la generación de valor a largo plazo.

Contamos con el equipo correcto: personal comprometido, que quiere construir, crecer y desarrollarse junto con la empresa.



89 %
de compromiso

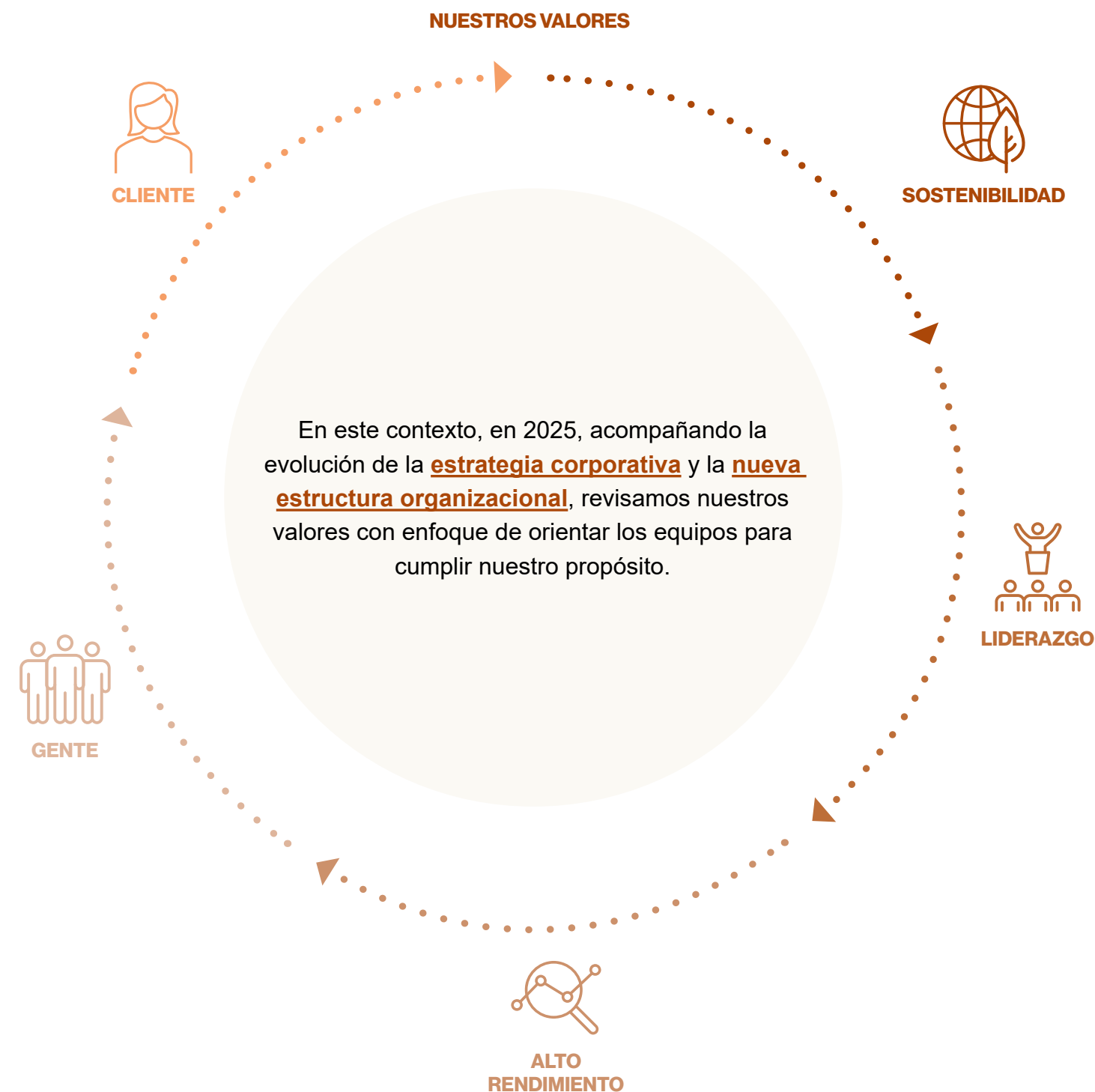


93 %
de retención de colaboradores mapeados como talentos



62 %
de aprovechamiento interno general

Conozca nuestros programas de atracción, desarrollo y retención de talentos en [pág. 97](#)





Escucha activa

A lo largo del año, realizamos diversas encuestas con los colaboradores para comprender percepciones, opiniones, expectativas y niveles de compromiso. Estos instrumentos nos permiten identificar oportunidades, anticipar necesidades y orientar decisiones de forma más asertiva.

Los resultados alimentan un ciclo continuo de mejora, orientando la mejoría de prácticas, políticas y ambientes de trabajo, siempre con enfoque en el desarrollo de las personas y en el fortalecimiento de la cultura organizacional.

Encuesta anual de compromiso: realizada hace más de 25 años con el apoyo consultora líder en el segmento, lo que nos permite comparar los índices alcanzados con un pool global de empresas.

Monitorea 18 temas y 64 cuestiones relacionadas a la carrera y desarrollo, encantamiento, colaboración, liderazgo, diversidad y, también, temas que evalúan la calidad de vida de los colaboradores, como satisfacción con el trabajo, propósito y orgullo, realización (felicidad) y estrés. Todos los cargos de gerencia tienen meta de compromiso vinculada a la remuneración variable.

En 2025, la adhesión a la encuesta fue del 92 % y el promedio de compromiso fue del 89 %, banda de alto desempeño en el banco de datos usado como benchmark.

Encuesta Pulso: desde 2022, realizamos la encuestas Pulso a lo largo del año, que sirven como termómetro para que sigamos la evolución del compromiso y percepción de los equipos.

Como reflejo de nuestras prácticas, en los últimos años, conquistamos diversos reconocimientos externos de consultoras y organizaciones que evalúan el desempeño de centenas de empresas en relación a los diferentes pilares de gestión de personas:



Lugares Increíbles para Trabajar 2025, de FIA Business School: Más Increíble en el sector Comercio y Más Increíble en Aprendizaje.



Mejores en Gestión de Personas 2025, de Exame: Empresa Destacada en la categoría por encima de 21 mil empleados.

Bienestar

GRI 401-3

Actuamos continua y proactivamente para promover el bienestar de nuestros colaboradores y el tema está directamente conectado a la estrategia [Moda responsable 2030](#).

Los avances en nuestra gestión de la calidad de vida se reflejaron en un aumento de **dos puntos** en la dimensión Bienestar en la encuesta de compromiso de 2025, además de reconocimientos externos sobre el tema:

- **1ª posición en la categoría Comercio** y 2ª posición en el ranking general en el [Anuario de Salud Mental en las Empresas 2025](#).
- **Certificación Oro** en el [Premio Nacional de Calidad de Vida 2025](#).
- Vencedora de las categorías **Líder y Evolución de la Estrategia** por el sello Generar Bienestar 2025.

Conozca, a seguir, las principales iniciativas de bienestar ofrecidas a nuestros colaboradores.

Salud y equilibrio

Cuidar la salud mental y el equilibrio es esencial para la sostenibilidad del negocio.

Lojas Renner S.A. promueve un ambiente de trabajo saludable, con iniciativas dirigidas a la prevención de la enfermedad mental, estimulando el equilibrio entre vida personal y profesional. Este cuidado fortalece el bienestar, la seguridad psicológica y la capacidad de adaptación de los equipos, contribuyendo con un desempeño consistente a largo plazo.

Las metas corporativas cualitativas y cuantitativas relacionadas a la seguridad del trabajo, salud y bienestar de nuestros colaboradores influyen sobre la remuneración variable. Ellas incluyen liderazgos, están relacionadas a la [meta de bienestar](#) y cuentan con continuas campañas de concientización.

Seguimiento de la rutina

Creado en 2021 e incluido como meta estratégica, contamos con el Programa **Balance**, que se basa en la metodología PTO (sigla en inglés para previsibilidad, trabajo en equipo y comunicación abierta) para promover

la escucha mensual de los líderes en relación a sus equipos, identificando fuentes de estrés y burnout. El líder debe proponer planes de acción para mejorar la calidad de vida y el equilibrio entre trabajo y vida personal, estimulando un ambiente de mayor confianza y seguridad psicológica.

En estos momentos de escucha, el líder conoce aún más a cada uno de sus liderados, bajo diferentes aspectos que componen la rutina: comunicación, reconocimiento, bienestar y herramientas de trabajo. Entonces, unifica un acuerdo de funcionamiento del equipo en el que cada uno pueda ser respetado y el equipo pueda trabajar unido y equilibrado.

Asistencia en salud

Ofrecemos a nuestros colaboradores y sus dependientes un servicio de atención primaria gratuito llamado Dr. Be, con telemedicina, telepsicología, coaching nutricional, deportivo, segunda opinión médica y seguimiento de embarazos.

En telepsicología, tuvimos un crecimiento en la búsqueda de atención de 14.900 consultas en 2024 para 15.800 en 2025.

Paralelamente, ofrecemos el beneficio de Wellhub, para incentivo del cuidado activo con el cuerpo. Cada año, el programa viene ganando más adhesión, demostrando la búsqueda de un estilo de vida más saludable por parte de nuestros colaboradores.

Exámenes periódicos

Anualmente, realizamos los exámenes clínicos ocupacionales periódicos con el objetivo de diagnosticar el perfil de salud de nuestros colaboradores. Con los datos recopilados, podemos actuar preventivamente. Esta práctica va más allá de la exigencia legal, que determina exámenes bienales para la mayoría de las funciones desempeñadas. Algunos cargos necesitan exámenes específicos, con una frecuencia aún mayor, debido a las especificidades de las actividades.

Mes de carrera y bienestar

En 2025, expandimos la semana de carrera y bienestar para una programación aún más completa, abarcando todo el mes de febrero. Así, buscamos incentivar a nuestros colaboradores a adoptar el cuidado con su bienestar como forma de potenciar su desarrollo y carrera.



Ergonomía

En las visitas anuales a las unidades, realizamos el Análisis Ergonómico Preliminar (AEP) y, caso se identifique la necesidad de profundización, realizamos un Análisis Ergonómico del Trabajo (AET) completo, siguiendo metodologías ampliamente difundidas y aceptadas.

Los resultados permiten desarrollar proyectos de mejora para atender a criterios ergonómicos y de confort en los puestos de trabajo. En ellos, consideramos características ergonómicas en la adquisición de nuevos mobiliarios y equipos.

Encuentros

Durante todo el año, nuestras áreas pueden activar el equipo de Bienestar para conversaciones puntuales, conforme la necesidad del grupo. En el año, con los resultados de las encuestas de compromiso y Pulso, hablamos principalmente sobre Balance, seguridad psicológica, programas de salud y salud mental.

En 2025, redujimos el período de carencia en el seguro de salud — una mejora pensada de acuerdo con las escuchas provenientes de estos y de las encuestas.

Campañas mensuales

A lo largo de año, lanzamos campañas alineadas a los temas de salud de cada mes, contando con el apoyo de nuestros directores para aumentar el compromiso, con el fin de concientizar a nuestros colaboradores sobre la prevención de enfermedades.

En 2025, realizamos la 1ª edición de Corre con Nosotros, una iniciativa de cuidado con el cuerpo y la mente. Fueron 253 corredores participantes, revirtiendo todo lo recaudado en artículos de higiene donados a mujeres víctimas de violencia doméstica.

Comunicaciones continuas

Promovemos continuamente comunicaciones en los canales internos relacionadas a las dimensiones emocional, física, financiera y social, además de reforzar las herramientas disponibles para que los colaboradores busquen el bienestar.

Jornada de trabajo

Tenemos el compromiso de asegurar el adecuado cumplimiento de las reglas de jornada. Para eso, realizamos el monitoreo de las horas extras, dentro de los límites y de acuerdo con las compensaciones previstas por la ley y convenios colectivos.

En este sentido, promovemos continuamente entrenamientos respecto a la jornada de trabajo, actualizando a los líderes y sus colaboradores sobre los límites legales.

En el año, iniciamos la construcción de la Política de Jornada, con el objetivo de institucionalizar la aplicación de sanciones disciplinarias en caso de incumplimiento de la legislación.

Beneficios

Ofrecemos beneficios centrados en apoyar el equilibrio y la calidad de vida de los colaboradores:

- **Horarios flexibles:** los colaboradores administrativos elegibles pueden contar con nuestra política de horarios flexibles, combinados con su gestor y respetando el horario núcleo entre 10:00 y 17:00 h, y con la política de trabajo remoto o híbrido;
- **Guardería o Auxilio guardería:** de acuerdo con el convenio colectivo de cada localidad. En los Centros de Distribución, se concede el auxilio guardería a los hijos de hasta seis años;
- **Salas de lactancia en la sede:** las colaboradoras lactantes pueden hacer dos pausas de media hora cada una o salir una hora más temprano del trabajo hasta que el bebé cumpla seis meses;
- **Licencia parental:** paga de acuerdo con la legislación brasileña, 17 semanas para el cuidador primario (pudiendo ser prorrogada

por 14 días e incluir vacaciones) y cinco días seguidos al cuidador no primario;

- **Vacaciones anuales remuneradas:** realizamos el control de las vacaciones remuneradas anuales, que pueden ser distribuidas en una única vez, de 30 días, o divididas en dos a tres períodos (20/10, 15/15 o 15/10/5);
- **Trabajo remoto:** para personas que no residen dentro del perímetro definido de proximidad con la ciudad de Porto Alegre (RS) o en la capital de São Paulo, cuya actividad es compatible con la modalidad;
- **Espacio bienestar:** espacio acogedor para los colaboradores, incluyendo una sala adecuada para exámenes periódicos;
- **Vale alimentación:** ampliado en 2025 para nuestras tiendas Renner, Youcom, Ashua y Camicado;
- **Vale Cesta de Navidad:** implementado en 2025 para todos los colaboradores, pasantes y aprendices efectivos y activos;
- **Auxilio home office:** disponible para colaboradores elegibles al trabajo híbrido o remoto.

Cuidado

Salud al día

Servicio gratuito dirigido a la jornada del cuidado de los colaboradores y sus dependientes con enfermedades crónicas. En él, contamos con un equipo multidisciplinario que ofrece planes de cuidado individualizado, con foco en orientación, apoyo y concientización de hábitos saludables, incluyendo un profesional de enfermería para mantener contacto continuo por teléfono o WhatsApp.

Apoyo oncológico

Nuestro programa de apoyo a colaboradores y dependientes con diagnóstico de cáncer. Cuenta con una enfermería que mantiene contacto continuo por teléfono o WhatsApp.

Gestión de colaboradores de baja o con licencia

Ofrecemos servicio de apoyo y seguimiento para colaboradores de baja o con licencia por motivos de salud, así como apoyo a los líderes y al Centro de Servicios Compartidos (CSC) en temas administrativos relacionadas al Instituto Nacional del Seguro Social (INSS) de los colaboradores de baja o licencia.

Siguiendo los principios éticos, todas las informaciones recopiladas en los programas son insertadas en un software para análisis y métrica de la evolución de cada persona.

Seguridad psicológica

Acogimiento a víctimas de violencia doméstica

A partir de nuestro primer mapeo de riesgos de violación a derechos humanos, priorizamos implementar un programa de acogimiento a víctimas de violencia doméstica.

Con esto, en 2021, creamos el Programa En Frente, que ofrece acogimiento y orientación para todos los colaboradores en situación de violencia física, psicológica, moral, patrimonial y sexual en el ámbito intrafamiliar, así como los líderes/colaboradores que necesitan apoyo/orientación para conducir alguna situación con algún miembro de su equipo.

El Programa cuenta con un equipo de psicólogos y asistentes sociales especializados para ofrecer soporte de salud mental y atención psicosocial a las víctimas de violencia doméstica.

La implantación del Programa contó con el desarrollo de liderazgos sobre el tema, la sensibilización de los colaboradores, la gestión y el seguimiento de los casos.

De 2021 a 2025, el Programa apoyó colaboradores involucrados en 139 casos, de los cuales 136 fueron concluidos y 3 estaban en fase de seguimiento hasta fin de diciembre. De este público, 90 % son mujeres.

Diversidad e inclusión



Plural, creado en 2021, es el programa que guía nuestra estrategia de diversidad e inclusión junto con los documentos orientadores de esta estrategia: el [Código de Conducta](#), la [Política de Sostenibilidad](#) y la [Guía de Diversidad](#).

En 2025, actuamos en tres frentes para la promoción del tema en nuestra cadena de valor:

Nuestro equipo

Contamos con una gerencia dedicada a promover un ambiente más diverso e inclusivo.

Con ella, influenciamos áreas y procesos, embarcando el cuidado con la diversidad en toda la empresa.

Consideramos las diferentes necesidades y demandas de los variados grupos, así como el alcance de las [metas de representatividad](#) de mujeres en el alto liderazgo y personas negras en el liderazgo.

Combate a la discriminación

Tenemos una política de tolerancia cero a la discriminación y al acoso en nuestras operaciones y alianzas.

Para eso, trabajamos en la mejora continua del monitoreo, ofrecemos canales de denuncia y revisamos y determinamos medidas correctivas para agresores y de remediación para las víctimas.

Sociedad

Promovemos el protagonismo femenino en el mundo del trabajo y el fortalecimiento comunitario por medio del [Instituto Lojas Renner](#) hace 17 años.

Grupos de afinidad

Los Grupos de Afinidad (GA) son formados por colaboradores de la empresa para discutir pautas de diversidad y proponer mejoras prácticas en el ambiente de trabajo. Entre sus funciones, está la conducción de eventos, acciones de concientización y actuación como embajadores de las pautas.

Cada grupo es autónomo, cuenta con personas de diversos cargos, regiones y marcadores de diversidad, además de proporcionar un ambiente acogedor y respetuoso. Se organizan a partir de encuentros mensuales y cuentan con un director de la empresa como sponsor.

Actualmente, tenemos cuatro grupos que representan los pilares de actuación priorizados:



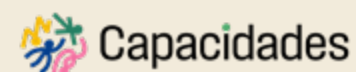
Equidad de Género – Alcateia:

impulsar acciones para mitigar la desigualdad de género en los ambientes corporativos.



Diversidad LGBTQIAPN+ – Elo:

trabajar la temática para que todas las personas LGBTQIAPN+ sean respetadas y tengan sus derechos garantizados.



Inclusión de Personas con Discapacidad – Capacidades:

entender los desafíos y las barreras que las personas con discapacidad encuentran en los ambientes corporativos.



Diversidad racial – Ori:

incluir personas negras en todas las oportunidades.

Educación y alfabetización

A lo largo del año, realizamos diversas acciones de entrenamiento, alfabetización, concientización y desarrollo para promover una comprensión profunda de las cuestiones de diversidad e inclusión en toda la empresa.

Los eventos abiertos, organizados por los grupos de afinidad, reunieron a nuestros equipos con el objetivo de estimular discusiones significativas, con la presencia de miles de colaboradores:

- **Mujer Coraje para Ser:** realizado en marzo, con participación de Daiane dos Santos, se trató de un evento para sensibilizar, fomentar discusiones y que eso se traduzca en compromiso femenino.
- **Ecos del Orgullo:** realizado en junio, la charla con Silvero Pereira exploró el tema del sentido de pertenencia y ambientes seguros para colaboradores.
- **Mi nombre no es Persona con Discapacidad (PcD):** realizado en septiembre para más de 150 asistentes, con participación de Letícia Sabatella, promovimos una conversación sobre sesgos capacitistas.
- **Raíces que inspiran el futuro:** realizado en noviembre, con participación de Taís Araújo, el evento discutió liderazgo negro, carrera, desarrollo e interseccionalidad entre raza y género.



Liderazgo

Promovimos capacitaciones dedicadas al alto liderazgo sobre diversidad racial, abordando conciencia, empatía, equidad e inclusión, tendencias del mercado y desarrollo de una cultura organizacional mejor y más sostenible.

Academia de Liderazgos Plural

Proyecto conectado al programa Liderazgo S.A., dirigido a los cargos de gerencia y compuesto por un camino corporativo. Aborda recortes como raza, género, LGBTQIAPN+, personas con discapacidad, diversidad de cuerpos y generaciones, con objetivo central en el desarrollo de los líderes de nuestro ecosistema.

El sendero de aprendizaje tuvo inicio en mayo de 2025 y fue diseñado para combinar una jornada asíncrona, con contenidos colocados en la [Universidad Renner \(UR\)](#) y una sustentación sincrónica por medio de mentorías colectivas y workshops.

Neurodiversidad en foco

Dirigido a los liderazgos de la sede administrativa, la capacitación propuso un momento de introducción al tema, el contexto de Brasil en este aspecto y cuales son los diversos espectros de la neurodiversidad, trayendo una concientización y mejores prácticas para inclusión de esos públicos.

Diversidad en el modelo de negocios

A lo largo del año, contamos con el apoyo de una consultoría especializada para avanzar en la **Moda responsable 2030** en ofrecer un portafolio de productos y servicios diversos e inclusivos, considerando el potencial de contribución de cada uno de los negocios.

Dirigimos las temáticas al equipo de producto y a las diversas áreas relacionadas a los productos sobre:

- **Moda:** implementar procesos estructurados que consideren diversidad de cuerpos, racialidad, regionalidad y brasilidad, diversidad etaria y neurodiversidad en el portafolio.
- **Casa y decoración:** desarrollar líneas de productos específicos para personas con discapacidad.
- **Crédito y financiación:** proporcionar soluciones para grupos en situación de vulnerabilidad socioeconómica.

Para las tiendas, ofrecemos entrenamientos presenciales, con abordajes personalizados para los equipos y necesidades locales, permitiendo aprendizaje práctico, fortalecimiento de la cultura y feedbacks instantáneos para mejora continua.

Accesibilidad de los productos

Para garantizar la accesibilidad de los productos, apostamos a la comunicación accesible, incluyendo informaciones en braille en las etiquetas o en los tejidos y orientaciones sobre uso seguro. Paralelamente, contemplamos cierres magnéticos o elásticos, ropas que no restrinjan movimientos y calzados antideslizantes, además de adaptaciones para prótesis y órtesis.



Combate a la discriminación en las tiendas

Considerando la potencial criticidad en la actividad de los inspectores que actúan en nuestras tiendas, promovemos capacitación trimestral continua para estos profesionales subcontratados, con el fin de mantener un ambiente seguro e inclusivo.

La capacitación trimestral asegura que nuestros inspectores estén constantemente actualizados sobre las mejores prácticas para mantener un ambiente seguro e inclusivo en nuestras tiendas, mitigando el riesgo de discriminación.

Esto no solo fortalece la sensación de seguridad entre los colaboradores, sino que también crea un ambiente acogedor para clientes de diversos orígenes.

Este movimiento ha demostrado su resultado: en 2025 no tuvimos ningún caso de acoso o discriminación asociado a agentes de seguridad en el Canal de Denuncias de Lojas Renner S.A.

Aceleración de carrera

En línea con nuestro objetivo de construir una cultura de diversidad, equidad e inclusión de grupos minorizados, establecido en [Moda responsable 2030](#), ofrecemos el programa Vuela Talento de aceleración inclusiva de carrera.

Liderazgos negros

Con el compromiso de promover oportunidades equitativas, implementamos un programa de aceleración de carrera específico para lideranzas negras, con mentoría, entrenamiento y recursos dedicados.

Este programa, que contó con dos cursos, busca eliminar barreras y proporcionar un ambiente de desarrollo y aceleración de carrera para los talentos negros.

Mujeres en el alto liderazgo

Proseguimos con programas de aceleración de carrera con el objetivo de crear un pipeline robusto de liderazgo femenino, capacitando mujeres para progresar en sus carreras y asumir papeles estratégicos en la toma de decisiones.

El programa incluye mentorías, oportunidades de networking y desarrollo de habilidades específicas para liderazgo.

Inclusión de personas con discapacidad

En 2025, proseguimos con nuestras acciones de reclutamiento exclusivo para personas con discapacidad, además de la institucionalización de iniciativas para retención de esos talentos:

- **Programa de acogimiento para personas con discapacidad:** promueve conversaciones para sensibilización de los equipos y preparación para el acogimiento de personas con discapacidad, además de definir Padrinos y Madrinas responsables por la recepción y seguimiento del nuevo colaborador.
- **Programa de Joven Aprendiz con discapacidad:** promueve inclusión social y desarrollo profesional, garantizando oportunidades para jóvenes en situación de vulnerabilidad socioeconómica.



Nuestro equipo

Mapeamos los datos de diversidad e inclusión con el objetivo de conocer las características de nuestra población y orientar nuestras acciones.



Principales resultados:

Mujeres

El 64,6 % de los colaboradores se identifican como mujeres.

Mujeres en cargo de liderazgo

El 61,6 % de los cargos de liderazgo son ocupados por mujeres, reflejando un compromiso con la promoción de la equidad de género en las posiciones estratégicas de la empresa.

Mujeres en la Junta

El 37,5 % de las posiciones en la Junta son ocupadas por mujeres, por encima de nuestro compromiso de Women on Board.

Personas con discapacidad

El 5,1 % de colaboradores tiene alguna discapacidad, superando ligeramente lo establecido en la Ley Brasileña de Cuotas (5 % de personas con discapacidad en empresas con más de 1000 colaboradores).

Personas negras

El 49,0 % de los colaboradores se identifican como negros.

Personas negras en cargos de liderazgo

El 39,9 % de los cargos de liderazgo son ocupados por personas negras, indicando un progreso significativo en la promoción de la diversidad racial en el liderazgo.

Como reflejo de nuestros esfuerzos, en 2025 conquistamos el reconocimiento del Índice de Equidad Racial en las Empresas de la Iniciativa Empresarial:

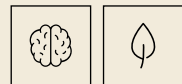
- **2.º lugar en el ranking general**
- **1.º lugar en Publicidad y Compromiso**
- **2.º lugar en Concientización**
- **2.º lugar en Ascenso**
- **2.º lugar en Capacitación**

05.

Soluciones climáticas, circulares y regenerativas

Nuestra estrategia de [Moda responsable 2030 \(pág. 27\)](#) tiene como uno de los focos dirigir a la empresa a “avanzar en la construcción de un negocio circular, regenerativo y de bajo carbono, estimulando y posibilitando que nuestros clientes hagan elecciones conscientes”.

Capitales



ODS



Estrategia climática

GRI 305-1|305-2|305-3|305-4

Nuestra estrategia climática está orientada por tres objetivos principales y prioritarios, presentados en las secciones a seguir.

Reducción de las emisiones

Tenemos el compromiso con la neutralidad climática hasta 2050.

Nuestro principal desafío en la transición para una economía de bajo carbono está vinculado a la reducción de las emisiones por prenda producida en las próximas décadas y, al mismo tiempo, a la continuidad del crecimiento de forma sostenible y eficiente.

Para orientar el desafío y alcanzar este compromiso, contamos con dos metas principales de reducción de las emisiones: una para 2030, a fin de acelerar la transición para una economía de bajo carbono, y la meta Net Zero 2050. Ambas fueron validadas por la iniciativa [Metas Basadas en la Ciencia](#) (SBTi).

La validación SBTi demuestra que nuestras metas están en conformidad con el objetivo de limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales, contribuyendo a evitar las peores consecuencias de los cambios climáticos.

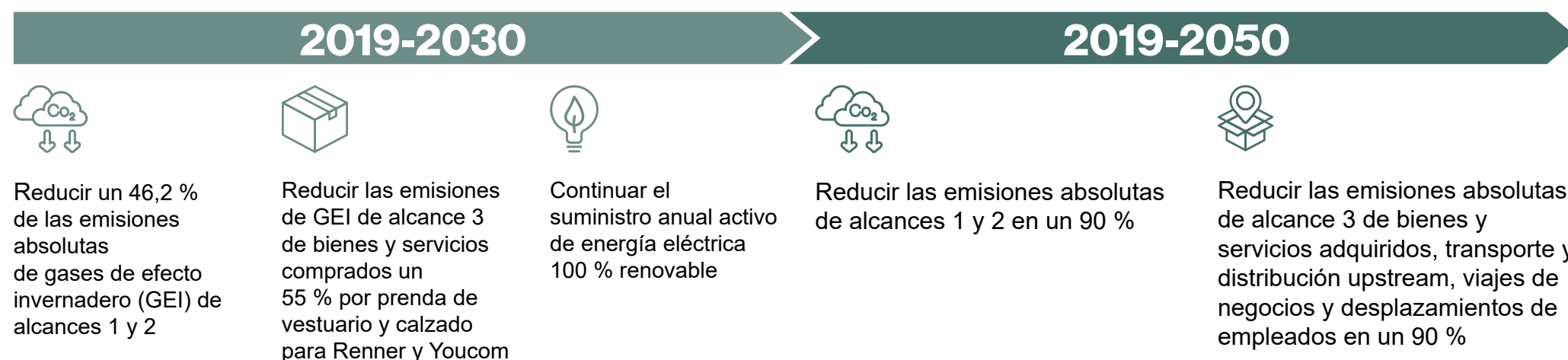
Estas metas aceleran los cambios en nuestro modelo de negocio y red de suministro para una moda aún más responsable.

Las principales acciones de reducción vinculadas a la meta de alcance 1+2 en 2025 involucraron la realización de correcciones preventivas para disminuir pérdidas con fluidos refrigerantes, la priorización de equipos más eficientes en tiendas, centros de distribución y la sede de la empresa, y el uso de energía renovable de bajo impacto.

Por su parte, en relación a la meta de intensidad de alcance 3, las principales acciones de reducción están vinculadas al uso de [materias primas más sostenibles](#), como algodón y viscosa certificados y materia prima reciclada.

Además, promovemos continuamente mejoras de ecoeficiencia en la etapa de fabricación de las prendas en los proveedores directos (Tier 1), por medio de nuestro programa de cualificación [Red Responsable](#).

En 2025, 70 % del volumen de compras de proveedores directos nacionales utilizó energía renovable de bajo impacto en su proceso productivo.



Inventario de emisiones de GEI (cobertura del 100 % de nuestras operaciones)

Valorando la calidad de nuestros datos, desde 2014 el inventario de emisiones ha sido verificado por un tercero, a través de un organismo acreditado por INMETRO.

Fuente de emisión de GEI (tCO ₂ e)	2019	2023	2024	2025
Emisiones de alcance 1				
Combustión estacionaria	103,5	379,4	493,02	408,88
Combustión móvil	6,7	2,0	1,26	8,74
Fugitivas	3324,8	4094,0	3643,48	6469,56
Residuos sólidos y efluentes líquidos	-	104,0	259,62	145,93
Total alcance 1	3434,995	4579,5	4397,38	7033,11
Emisiones de alcance 2				
Electricidad comprada y consumida (ubicación)	13 561,1	8933,2	13 300,23	11 146,36
Electricidad comprada y consumida (opción de compra)	7797,3	0,0	0,0	0,0
Total alcance 2 (ubicación)	13 561,10	8933,2	13 300,23	11 146,36
Total alcance 2 (opción de compra)	7797,30	0,0	0,0	0,0
Emisiones de alcance 3				
Bienes y servicios adquiridos	337 852	282 556,4	315 375,33	322 896,48
Actividades relacionadas con el combustible y la energía no incluidas en los alcances 1 y 2	5117	-	10 086,96	8978,10
Residuos sólidos	209	417,1	287,97	446,46
Viaje de negocios	3414	2710,8	2558,31	2196,28
Transporte y distribución (upstream*)	22 343	26 718,6	30 656,51	26 010,79
Desplazamiento residencia-trabajo	20 400	21 785,3	21 547,95	26 085,77
Tratamiento al final del ciclo de los productos vendidos	7133	-	11 022,76	11 517,38
Total alcance 3	396 468	334 188,3	391 535,79	398 131,26

*Enfoque de control operacional. Metodología adoptada: Programa Brasileño de Protocolo de GEI. Más detalles en el [Registro público de emisiones](#).

Perfil de emisiones del alcance 2

Desde 2017, usamos dos enfoques para calcular las emisiones de alcance 2:

El **enfoque de ubicación** utiliza como factor de emisión el promedio 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** utiliza el factor de emisión de cada fuente de generación que la Empresa eligió consumir. El compromiso público asumido considera los datos del enfoque de ubicación.

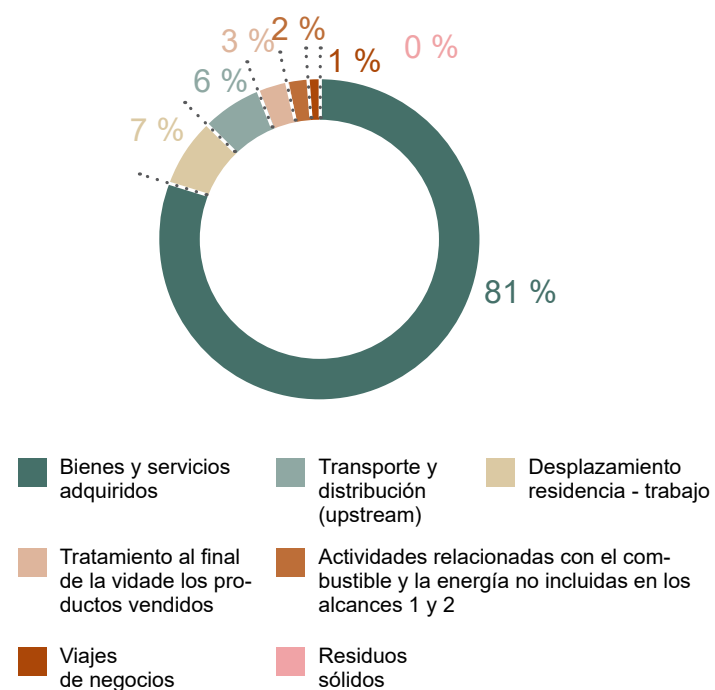
Compensación de emisiones del alcance 1

Lojas Renner S.A. se compromete a compensar las emisiones residuales de alcance 1 y apoyar los proyectos de desarrollo en la cadena de suministro para reducir y, en el futuro, compensar las emisiones. Además, con el objetivo de alcanzar cero emisiones netas a largo plazo, nos comprometemos a compensar todas las emisiones residuales de la Empresa para 2050.

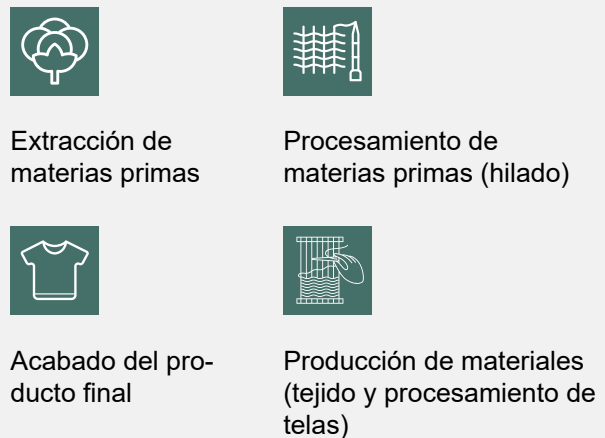
En 2025, compensamos nuestras emisiones de alcance 1 a través del **REDD+ Brazilian Amazon APD Grouped Project**, parte de la plataforma de Compromiso con el clima del Instituto Ekos Brasil:

Iniciativa de conservación forestal en áreas excedentes de Reserva Legal en los nueve estados de la Amazonia Legal, que promueve la reducción de emisiones evitando la deforestación y fortaleciendo la protección de la biodiversidad. Conserva 30 056 hectáreas de bosque, hábitat de más de 1000 especies ya identificadas, con el potencial de evitar la emisión de 14 millones de tCO₂e para 2032. El proyecto también impulsa beneficios para más de 770 familias de las comunidades locales, como el acceso a la salud, la educación, la infraestructura y la generación de ingresos.

Perfil de emisiones del alcance 3



Etapas de la categoría de bienes y servicios adquiridos



Total de emisiones ***

Evolución de la meta basada en la ciencia*

GRI 305-4	2019**	2023	2024	2025	Variación vs. 2019
Reducir el 46 % de las emisiones absolutas de los alcances 1 y 2**** para 2030, con respecto al año base 2019 (miles de tCO ₂ e)	11,2	4,6	4,4	7,0	-37,0 %
Reducir el 55 % de las emisiones de alcance 3 de bienes y servicios comprados por prenda de vestuario y calzado (Renner y Youcom) hasta 2030, con respecto al año base 2019 (kgCO ₂ e/pieza)	1,62	1,54	1,53	1,62	-

*Meta aprobada por la Science Based Targets Initiative (SBTi).
 **Año base aprobado de la meta basada en la ciencia.
 ***GEI incluidos en el cálculo: CO₂, CH₄, N₂O, SF₆, HFC y PFC.
 ****Forma de reporte basada en el mercado.

Más información (+)

Para conocer más detalles, acceda a nuestro [Informe de divulgaciones financieras relacionadas con la sostenibilidad - clima](#).



Estas son las principales iniciativas para acelerar la transición y reducir las emisiones.

Acelerar la transición

GRI 305-1|305-2|305-3

Tenemos como ejes prioritarios acelerar la transición a un modelo de bajas emisiones, con el fin de alcanzar nuestros objetivos climáticos:

- Invertir en el desarrollo de materias primas textiles circulares y regenerativas, garantizando el 100 % de las principales materias primas más sostenibles (más información a continuación).
- Mantener el 100 % de la energía consumida procedente de fuentes renovables de bajo impacto ([pág. 58](#)).
- Impulsar el uso de energías renovables en los proveedores ([pág. 74](#)).

Materias primas circulares y regenerativas

GRI 301-1|SASB CG-AA-440A.3|CG-AA-440A.4.2

Entendemos que el camino hacia la moda responsable implica necesariamente crear una oferta de productos y servicios con menos impacto. Este propósito es materializado por [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.

Nuestro objetivo es invertir en el desarrollo de materias primas textiles circulares y regenerativas y reducir el uso de materias primas derivadas de combustibles fósiles. Por lo tanto, estamos ampliando el uso de materias primas recicladas, con un objetivo vinculado a la remuneración variable de los líderes.

Para definir los criterios que determinan si una materia prima es más sostenible, adoptamos como base el informe Preferred Fiber and Materials de Textile Exchange y Canopy Hot Button, así como metodologías e iniciativas de mercado que fomentan las buenas prácticas de producción en la industria textil.

Para avanzar en la creación de soluciones para reducir el impacto de las materias primas y lograr nuestros objetivos, contamos con grupos de trabajo multidisciplinarios orientados a mapear los desafíos y proponer soluciones.

Además, actuamos para involucrar y concientizar a los equipos que desarrollan los productos, en asociación con los equipos de Sostenibilidad, y trabajamos en la capacitación y alineación

de proveedores de reventa y en el apoyo a la innovación y el desarrollo sectorial.

Como resultado, en 2025 alcanzamos:

- 93 mil prendas de vestir desviadas de los rellenos sanitarios por Repassa.
- 95,3 % de los productos de algodón certificados en Renner y Ashua.
- 89,7 % de los productos de viscosa (fibra de madera) certificados con base en Green Shirts, de la ONG Canopy, para Renner y Ashua.
- Prendas de vestir con menor impacto:
 - Lojas Renner: 80 %
 - Youcom: 82 %
 - Ashua: 92 %

Vea a continuación los principales frentes de avances en el año.

Algodón regenerativo

Realizamos un estudio de evaluación de riesgo relacionado con la principal materia prima de nuestra operación, el algodón, para identificar y estimar los riesgos en las ubicaciones con mayor producción del país.

A partir de ese estudio, identificamos amenazas de sequía meteorológica y tormentas severas, que afectan directamente el cronograma de la cosecha.

Como principal forma de mitigación, además de fomentar el uso de materias primas recicladas, tenemos un proyecto de cultivo de algodón regenerativo.

En 2025, continuamos con la iniciativa de [algodón agroecológico](#) y [algodón agroforestal](#), sin uso de plaguicidas, con mayor preservación de suelo y agua, menores emisiones y cultivado por comunidades regionales.

Más información (+)

Descubra en nuestra [web](#) el listado de atributos de materias primas con menos impacto que componen los atributos de Re - Moda responsable.

Poliéster reciclado en la cadena textil

Estamos invirtiendo en aumentar el uso de poliéster reciclado en nuestros productos textiles para 2030.

Dado que el poliéster es una materia prima de origen fósil y es el segundo volumen más grande en Renner, establecimos un proceso de análisis de impacto de costos y viabilidad técnica en la aplicabilidad del poliéster reciclado en nuestros productos de moda.

El proyecto implicó la creación de un grupo de trabajo que promovió el tema con equipos internos y externos, realizando un estudio de disponibilidad en el mercado nacional e internacional.

El proyecto ya estaba tomando forma en 2024, con la aplicación de tereftalato de polietileno (PET) reciclado en parte de nuestros productos. Ahora, pasamos a una nueva fase aún más estructurada, refinando los procesos para consolidar una producción textil con poliéster de bajo impacto.

Circularidad posconsumo

Ofrecemos a los clientes de Renner EcoEstilo, un servicio de logística inversa para ropa (desde 2017) y frascos de perfumería y belleza (desde 2011), a través de recolección en nuestras tiendas. Los residuos recogidos se destinan a un reciclaje ambientalmente adecuado, desfibrado, reutilización por upcycling o donación, evitando la contaminación del medio ambiente.

En 2025, Ecoestilo recolectó 48,7 toneladas de perfumería y belleza y 19,6 toneladas de ropa, totalizando 404,7 toneladas y 76,4 toneladas, respectivamente, desde el inicio del programa.

En Youcom, ofrecemos a los clientes la recolección de piezas de denim que los clientes quieren desechar, a través de Jeans for Change, creada en 2014. A partir de los materiales recolectados en el proyecto, en 2020 lanzamos los primeros pantalones circulares posconsumo del país.

En 2025, Jeans for Change recogió 7,6 toneladas de piezas, que se convirtieron en tela, para el proceso de clasificación, extracción de hebillas/botones/broches, hilado y fabricación de nueva tela.

Jeans reciclados

En 2025, nuestro grupo de trabajo continuó con los estudios para ampliar el uso de jeans reciclados en la cadena. Nos centramos en facilitar el envío de retazos de corte a desfibrado, incorporando tejidos reciclados en la composición.

En el mismo año, Youcom lanzó la colección de jeans reciclados en el lavado negro, una continuación del programa Jeans for Change. El lanzamiento es el primer jean reciclado en Brasil en este color, producido a partir de los jeans recogidos en los puntos de recolección de las tiendas.

Basándonos en estudios y pruebas con socios industriales, hemos superado retos técnicos que, hasta ahora, limitaban la circularidad solo a los jeans azules. Este modelo, además de ser totalmente rastreable, promueve la eficiencia hídrica y energética.

Capacitación

A lo largo del año, ofrecemos un taller a nuestros equipos que desarrollan productos con un enfoque en la circularidad, buscando concientizarlos sobre materiales, procesos, herramientas y estrategias de diseño para fomentar la confección de productos con atributos de circularidad:

- Tejidos pre y posconsumo de Youcom: sobre desfibrado de piezas desechadas por nuestros clientes en los puntos de recolección de nuestras tiendas.
- Jeans reciclados en el lavado negro: exposición de todas las etapas de producción y creación de la colección.
- Poliéster reciclado: presentación de casos y estudios con ejemplos de sustitución de todo el poliéster por poliéster reciclado.
- Recolección de algodón regenerativo (agroforestal + agroecología): cultivo de materias primas más sostenibles y producción de una cartera de productos con menor impacto.

También promovimos la Feria de Materias Primas para presentar las colecciones de 11 fábricas de tejidos y siete importadoras con atributos sostenibles.

Más información (+)

En nuestro sitio web, proporcionamos una herramienta que [lista](#) todos nuestros proveedores de Tier 1, Tier 1 extendido y Tier 2, lo que nos permite conocer a los proveedores de producción y procesamiento de materias primas.

Reducción de residuos del proceso productivo

Operamos a través del **Programa Red Responsable** para reducir la generación de residuos y promover la circularidad en la cadena de suministro.

El desarrollo de productos considera los principios de circularidad y los objetivos del cambio climático desde la concepción. Por ello, hemos reducido el uso de mezclas de materiales y la generación de sobrantes a lo largo del proceso productivo, asegurando la durabilidad y utilizando materias primas y procesos más sostenibles.

Reducción de desperdicio

Cuidamos especialmente la calidad: adaptamos los productos a las mejores prácticas, ponemos al cliente en el centro, evaluamos los riesgos y contribuimos a un modelo más sostenible, que prolongue el ciclo de vida de los productos.

Realizamos inspecciones en diferentes etapas del proceso, lo que nos permite corregir cualquier problema y mejorar la calidad de los productos vendidos. Realizamos cerca de 150 000 pruebas de laboratorio en el año que simulan el uso y lavado de prendas y 157 auditorías en tiendas.

Nuestro equipo de Calidad de Producto capacita continuamente a los proveedores, inspectores y equipos internos sobre nuevos procesos o procedimientos, como la plataforma de inspección y la actualización de los manuales de calidad.

Además, cada tres meses, dentro del alcance del Programa de Calidad Asegurada, los proveedores son evaluados de acuerdo con los índices de calidad y reciben beneficios según su clasificación.

Además del cuidado de la producción, nos dedicamos a ofrecer al cliente los productos adecuados, evitando la producción de prendas innecesarias y respaldando nuestro compromiso de reducir los residuos (más información en la [pág. 08](#)).

En el año, la devolución de productos por defectos de fabricación en relación con el total de piezas vendidas fue del 0,075 %.

Prolongación de la vida útil;

Desde 2021, también trabajamos en la reventa de ropa y accesorios usados con el objetivo en promover la moda circular a través de Repassa, nuestra tienda online de prendas de segunda mano. Con esto, pudimos ampliar nuestra actuación en el ecosistema de moda y estilo de vida y, en paralelo, comenzamos a ofrecer un servicio que estimula no solo el consumo consciente, sino también el aumento de la vida útil de las piezas.

Generación de valor de Repassa en 2025

- 93 000 prendas (vendidas + donadas) no enviadas a los rellenos sanitarios
- 207 millones de litros de agua ahorrados
- 1000 toneladas de CO₂ menos
- 11 000 piezas donadas a proyectos sociales



Eficiencia energética

Gestión de energía

Trabajamos para tener tiendas cada vez más eficientes y garantizamos, **desde 2021, el consumo del 100 % de energía procedente de fuentes renovables** de bajo impacto –solar, eólica y pequeñas centrales hidroeléctricas (PCH)– adquirida en el mercado libre.

Compramos energía del mercado libre, buscando contratos a largo plazo, solo de generadores de bajo impacto, y fomentamos la inversión en proyectos de este tipo. Contamos con tres parques solares y un parque eólico en operación, que abastecen parte de nuestras tiendas y el centro de distribución en Cabreúva (SP).

Además, adquirimos certificados de energía renovable (I-REC) para el consumo de electricidad en las unidades de la Empresa en todos los países (Lojas Renner, Camicado, Youcom, Ashua, Repassa, Uello, sedes administrativas, centros de distribución, etc.).

Además de no emitir gases de efecto invernadero durante el proceso de generación, la energía renovable de bajo impacto es más rentable. Con relación a la energía convencional del mercado regulado, la energía contratada en el mercado libre proporciona un ahorro medio

del 20 %. Descubra [aquí](#) el consumo total, la intensidad energética y los gastos en energía.

Además, trabajamos en el uso racional de la energía y la eficiencia energética con el Proyecto de Gestión de Energía. En él, establecimos un objetivo y una inversión para la expansión de la automatización en nuevas construcciones y reformas, con el fin de promover la gestión remota de activos y el control automático de la iluminación con sensores de ausencia.

Actualmente, alcanzamos la automatización en el 60 % de las tiendas Renner y también comenzamos el proceso de automatización en otras marcas.

Evaluamos continuamente el progreso en relación con la eficiencia energética para reducir el consumo de energía, comparando el rendimiento de las tiendas antes y después de la automatización y las acciones para reducir el consumo. Las tiendas con certificación LEED, por ejemplo, tienen una reducción estimada del 25 % al 28 % en el consumo de energía para iluminación.

Logística

Continuamos avanzando continuamente en la inteligencia y la eficiencia de nuestros

procesos de surtido y distribución. Estas iniciativas aportan mejoras en la ocupación de vehículos y rutas optimizadas, lo que reduce el impacto del consumo de combustible en el transporte de productos.

Concientización

En nuestros canales de comunicación interna, promovemos continuamente el compromiso y la conciencia de nuestros colaboradores sobre la importancia y las prácticas de reducción del consumo de agua y energía y de la generación de residuos.

Cada año, también celebramos la Semana del Medio Ambiente, con capacitaciones, presentaciones y debates para crear conciencia sobre la ecoeficiencia.

Proceso productivo

A través del **Programa Red Responsable**, trabajamos con proveedores de productos terminados con talleres, ferias y capacitaciones para el uso de energías renovables de bajo impacto.



Iniciativas externas

Priorizamos nuestras actividades de participación en función de factores externos y supuestos estratégicos clave para el desarrollo de nuestro Plan de Transición Climática. Las acciones están dirigidas a:

- Influencia en las políticas y regulaciones públicas: priorizar las iniciativas que dan forma al entorno regulatorio brasileño, centrándose en la fijación de precios del carbono y las políticas para fomentar la sostenibilidad.
- Compromisos alineados con la trayectoria global: adherir a pactos y movimientos internacionales para garantizar que nuestras acciones estén alineadas con la descarbonización global y sectorial.
- Promoción de iniciativas sectoriales: participación en acciones conjuntas con otros sectores empresariales para fortalecer la agenda climática en Brasil.

Estas prioridades se basan en supuestos ya definidos, como la trayectoria de la descarbonización global, los cambios regulatorios y los riesgos físicos asociados con el cambio climático.

Como punto culminante de este proceso, hemos participado activamente en las iniciativas del Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS), apoyando las discusiones sobre la fijación de precios del carbono y la neutralidad climática:



- En 2019, adherimos a compromisos globales como la Business Ambition for 1.5 °C de las Naciones Unidas (ONU), que invita a las empresas a establecer objetivos basados en datos científicos para reducir las emisiones para contribuir a limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales.
- En 2021, nos unimos a la carta del Movimiento de Ambición Net Zero del Pacto Global.
- En 2023, junto con el CEBDS, participamos en la elaboración de la Carta de Posicionamiento del sector empresarial brasileño sobre la urgencia de crear un mercado regulado de carbono en Brasil, buscando apoyar e influir en las políticas públicas, leyes y regulaciones relacionadas con el clima en el país.

- En 2024, junto al CEBDS, entregamos la Carta de Posicionamiento al Vicepresidente de la República y al Ministro de Desarrollo, Industria, Comercio y Servicios (MDIC).
- En 2025, participamos en Brasil de Soluções, una publicación del CEBDS que reúne 135 iniciativas sobre cómo las 58 empresas brasileñas participantes colocan los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el centro de sus estrategias.

La acción activa en manifiestos y cartas públicas tiene como objetivo crear un entorno regulatorio más favorable para la transición climática e influir en las decisiones gubernamentales que afectan al sector minorista y de la moda.



Aumentar la resiliencia climática

GRI 305-1 | 305-2 | 305-3

A lo largo de los años, hemos avanzado en la construcción del plan de adaptación al clima en relación con los riesgos físicos. Hemos establecido prácticas que implican cambios en la infraestructura, construcción o ingeniería, políticas, prácticas y procesos para reducir la vulnerabilidad a los riesgos climáticos.

Nuestro estudio de los riesgos climáticos físicos y de transición considera:

- horizontes a corto (1 año), medio (>1 a 3 años) y largo (>3 a 10 años) plazo para riesgos físicos
- a largo plazo (2050) para riesgos de transición
- dos escenarios climáticos (GHG IPCC SSP1 - 2.6 y SSP3 - 7.0) de riesgos físicos considerando unidades de tienda, oficinas, sedes administrativas y centros de distribución en Brasil, Argentina, Uruguay, China, Vietnam y Bangladesh
- dos escenarios de riesgos de transición (Net Zero 2050 y Contribuciones Determinadas a Nivel Nacional (NDC))

Asimismo, seguimos avanzando en la evaluación de oportunidades a través del análisis cualitativo

del comportamiento y la tendencia de cada escenario de la Network for Greening the Financial System (NGFS), en cada horizonte evaluado.

Obtenga más información sobre los riesgos identificados y las medidas de mitigación en el [Informe de divulgaciones financieras relacionadas con la sostenibilidad – clima](#).

Anualmente, informamos nuestras prácticas y desempeño en el Cuestionario de Clima del CDP y, en 2025, obtuvimos la calificación A, la más alta de la escala.

Fijación del precio del carbono

Para definir el precio interno del carbono, probamos un piloto centrado en la producción de jeans, que fomenta la integración de los problemas climáticos en las decisiones y facilita la navegación regulatoria. A partir de ese piloto, llegamos al mínimo impacto en la rentabilidad: 0,01 % a corto plazo, 0,04 %-0,10 % a medio y 0,11 % a largo plazo (extrapolado a nivel nacional).

Por lo tanto, aplicamos los análisis de costo-beneficio de los alcances 1, 2 y 3, priorizando las reducciones, la investigación y las compensaciones.

Agua y productos químicos

Compromiso

Nuestra **Política de sostenibilidad**, avalada por el Directorio y la Junta de Administración, establece el compromiso de promover la gestión y la mejora continua del consumo de agua y el uso de productos químicos en todos los procesos de las operaciones y proveedores de Lojas Renner S.A.

Buscamos adoptar procesos y tecnologías más eficientes y con menor impacto, promover el uso consciente de estos recursos, así como identificar y monitorear indicadores en la operación y en la cadena.

Por lo tanto, utilizamos equipos que reducen el consumo de agua para lograr nuestro objetivo de que el 68 % de las tiendas Renner tengan esta tecnología para 2030.

La gobernanza de los temas está a cargo de la Vicepresidencia de Gente, Sostenibilidad y Relaciones Institucionales, que informa al Comité de Sostenibilidad, que a su vez asesora a la Junta de Administración.

Anualmente, informamos sobre nuestras prácticas y desempeño en el cuestionario de Seguridad Hídrica del CdP y, en 2025, obtuvimos la calificación A, la más alta de la escala.



Riesgos hídricos

En 2023, desarrollamos un estudio de evaluación de riesgos y oportunidades del agua con el fin de mapear toda la cadena de valor, recopilando datos sobre operaciones directas y proveedores de Nivel 1 y de Nivel 1 extendido.

Asimismo, para nuestras operaciones evaluamos cada riesgo mapeado, ponderando la magnitud de sus efectos, la probabilidad de su realización y el impacto financiero en el negocio.

En 2025, actualizamos el estudio con proyecciones a corto y largo plazo del estrés hídrico en cada unidad operativa, utilizando metodologías del World Resources Institute (WRI) y la Agencia Nacional de Agua y Saneamiento Básico (ANA), así como sequías e inundaciones, utilizando metodología del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC).

Para ello, desarrollamos una matriz de riesgos que cruza la exposición a estresores con la criticidad operativa para permitir un análisis integrado de la red de operaciones.

Esta evaluación nos permitió enumerar los puntos de vulnerabilidad y articular las herramientas necesarias para la gestión de los riesgos hídricos identificados.

El análisis dio como resultado una base para priorizar las acciones y dirigir las inversiones para garantizar la seguridad hídrica en los próximos años.

Estrés hídrico

GRI 303-3 | 303-4 | 303-5

De acuerdo con la matriz de riesgos actualizada, el 4,8 % de nuestras tiendas, oficinas y centros de distribución se encuentran en un contexto geográfico e hidrológico con alguna criticidad cualitativa o cuantitativa de estrés hídrico.

Sin embargo, al no existir un uso intensivo de agua en estas unidades, sino que solo se utiliza para abastecimiento humano, nuestro desempeño no genera un impacto significativo en estas áreas.

Manejo de aguas y efluentes

Operación

Desde 2021, a partir de las lecciones aprendidas de la construcción de nuestra primera tienda circular, todas las tiendas se construyen con atributos de sostenibilidad. Se prevé la autonomía y monitoreo remoto del consumo de agua y se incluyen dispositivos de ahorro hídrico, grifos e inodoros de bajo flujo y medidas para prevenir y detectar fugas.

En los centros de distribución disponemos de captación de aguas pluviales y retorno de los efluentes tratados, que se utilizan en los baños para la descarga de los inodoros, con un seguimiento periódico para asegurar su liberación dentro de los límites establecidos por la legislación aplicable.

Cadena de suministro

Nuestra cadena de suministro concentra el mayor impacto potencial, debido al consumo intensivo de agua y la eliminación de efluentes en el proceso productivo.

Para mitigar y reducir estos impactos, monitoreamos los datos de la huella hídrica, establecemos objetivos de consumo para proveedores estratégicos intensivos en agua y realizamos auditorías periódicas.

*Uso intensivo de agua.

A través del Programa Red Responsable, promovemos talleres y capacitaciones sobre manejo del agua y efluentes para fortalecer la eficiencia operativa y la responsabilidad ambiental en nuestra cadena de valor.

En 2025, alcanzamos un 67,9 % de las piezas clasificadas como de bajo consumo de agua (jeans y sarga nacional), de acuerdo con el seguimiento del Programa de Huella Hídrica.

Promovemos el uso consciente del agua entre nuestros proveedores, difundiendo prácticas de gestión del agua y fomentando el desarrollo de productos y procesos productivos con un consumo menos intenso de agua.

Investigación y desarrollo

Las acciones de investigación y desarrollo para mitigar los riesgos e impactos relacionados con el agua en 2025 alcanzaron una inversión total de BRL 113 mil.



Educación para un consumo eficiente

El consumo de agua es un tema tratado continuamente con los colaboradores en nuestras operaciones. Por lo tanto, en los canales de comunicación interna, promovemos el compromiso y la conciencia de la importancia del tema y la adopción de prácticas para reducir el consumo de agua.

Además, anualmente celebramos la Semana del Medio Ambiente, un evento interno para los colaboradores que incluye capacitaciones, presentaciones y debates sobre la conciencia a favor de la ecoeficiencia, incluidos temas de consumo de agua.

Productos químicos

SASB CG-AA-250A.1 | CG-AA-250A.2

Nos comprometemos a eliminar los productos químicos potencialmente tóxicos de nuestra cadena de suministro para 2030. Desde 2022, contamos con el Manual de Sustancias Restringidas, que establece buenas prácticas para monitorear el uso de químicos en la cadena de suministro.

Para ejercer esta gestión, contamos con nuestro Programa de Productos Químicos, en el que trabajamos con proveedores de reventa apoyando el mapeo y concientización de los procesos.

Iniciamos el proceso de monitoreo del uso de productos químicos en la cadena con la adecuación de la cadena nacional de jeans y sarga (en relación a tela, químicos, hilo, etiqueta de tela y botón de metal), seguido de malla (tela y químicos), tela plana y calzado.

Trabajamos para sensibilizar a estos proveedores a través de capacitaciones y reuniones técnicas con toda nuestra cadena de suministro, difundiendo los lineamientos de

nuestro Manual de Sustancias Restringidas, que considera las normas REACH*, ABNT** y AFIRM***.

Posteriormente, todos los proveedores globales pasarán por el Programa de Productos Químicos.

Además de apoyar a los proveedores en la eliminación de productos químicos potencialmente tóxicos, verificamos la eficacia de la gestión a través de pruebas de productos anuales.

Los proveedores que no cumplan con los requisitos solicitados deberán llevar a cabo un plan de acción de investigación y análisis y corrección de causa raíz, además de una nueva prueba y podrán ser sancionados.

En 2025, implementamos en Youcom un cierre de cremallera sostenible pionero en Brasil, desarrollado en asociación con el proveedor. El producto está libre de sustancias restringidas, se fabrica con PET reciclado y tiene un costo accesible.



Solución en la cadena de suministro

En 2025, celebramos otra edición del [Encuentro de agua y productos químicos](#), que se lleva a cabo anualmente con los proveedores que participan en el Programa de Productos Químicos. El evento contó con 100 participantes y la presentación de empresas tecnológicas enfocadas en la reducción del consumo de agua.

En esta edición, hicimos un reconocimiento a uno de nuestros socios en la primera edición del [Premio a la Innovación Química](#), que desarrolló un botón sin sustancias restringidas y con condiciones comerciales favorables.

Cerramos la reunión con la entrega del Premio a la Excelencia Química, otorgado a los proveedores que superaron las pruebas de desempeño anuales del Programa de Productos Químicos, en un momento de celebración de empresas que demostraron consistencia técnica y compromiso con altos estándares de cumplimiento.

*Reglamento de Registro, evaluación, autorización y restricción de sustancias químicas.

**Asociación Brasileña de Normas Técnicas.

***Acrónimo de Apparel & Footwear International Restricted Substance List Management Working Group (Grupo de Trabajo Internacional de Gestión de la Lista de Sustancias Restringidas de Ropa y Calzado).

06.

Conexiones que amplifican

Nuestra estrategia de [Moda responsable 2030 \(pág. 27\)](#) tiene como uno de sus focos dirigir a la empresa a “amplificar el impacto de nuestras conexiones, construyendo con nuestros proveedores y socios las respuestas a los desafíos del sector”.

Capitales



ODS



Identificación de riesgos en la cadena de proveedores

Nuestros proveedores son los socios que contribuyen a la generación de valor para la empresa, con base en el respeto al medio ambiente, los derechos humanos y laborales.

Partimos del principio de que juntos podemos desarrollar una cadena de suministro de calidad, lograr un crecimiento sostenible y abordar objetivos de ESG y climáticos que apoyen la transición del sector.

Por lo tanto, la relación que construimos con los socios se guía por la ética, la transparencia, el respeto y el esfuerzo continuo por la excelencia de los productos y servicios, centrándonos en el propósito de Encantar, con el fin de mitigar los riesgos y aprovechar las oportunidades.

Tenemos una gestión cercana de nuestra cadena de suministro a través del equipo de Gestión de Cumplimiento de Proveedores, que, en 2025, asumió la responsabilidad de monitorear la cadena de **proveedores administrativos**, además de la cadena de **proveedores de reventa** (que fabrican los productos vendidos en todas las empresas del ecosistema y los proveedores del marketplace).

Realizamos sistemáticamente un mapeo consolidado (supplier screening) de la criticidad de los proveedores de todas las categorías, con todos los asociados de Lojas Renner S.A. (100 % de los proveedores administrativos, de reventa y sellers), de todos nuestros negocios.

Este monitoreo genera una matriz de criticidad, en la cual identificamos proveedores significativos, considerando riesgos específicos que dependen del país, el sector y la commodity.

Con esto, tenemos una visión unificada e integrada de la gestión de proveedores, lo que nos permite mejorar las prácticas de sostenibilidad en la cadena y optimizar la gestión de contratos de la empresa.

La matriz identificó como proveedores críticos de segmentos con alto potencial de impacto y un alto nivel de corresponsabilidad, considerando aspectos ambientales, sociales, de gobernanza y de relevancia empresarial.

En 2025, el 29 % de los proveedores administrativos y de reventa globales de Lojas Renner S.A. fueron considerados críticos, de acuerdo con la naturaleza del negocio.

Son de alto riesgo los proveedores de:

- Productos que manipulan la marca (por ejemplo, tarjetas, textiles de las bolsas, uniformes y camisetas)
- Reventa de marcas de terceros
- Utensilios domésticos de madera
- Transporte de última milla
- Vendedores (textiles, hogar, calzado y accesorios, utensilios de madera, cosméticos y productos de higiene y belleza)
- Reventa de electrodomésticos y utensilios domésticos de marca propia
- Conservación y acceso
- Despacho aduanero
- Eventos
- Mano de obra temporal
- Servicio de alimentación
- Transporte de colaboradores
- Tecnología de la información (TI)

Seguimos avanzando en los parámetros para la definición de categorías de riesgo, con el apoyo de tecnología y datos para construir la matriz de riesgos de los proveedores de artículos para el hogar y decoración.

Son de muy alto riesgo los proveedores de:

- Reventa de marca propia de calzado y accesorios
- Reventa de artículos textiles para el hogar y vestuario
- Reventa de utensilios domésticos de madera
- Cosméticos y productos de higiene y belleza
- Logística
- Obras, construcciones y reformas
- Seguridad y vigilancia
- Servicios ambientales
- Transporte de residuos

En 2025, realizamos una revisión de los procesos de monitoreo de proveedores administrativos. Como parte de esta revisión, la gestión socioambiental de la cadena de suministro administrativa se transfirió al equipo de Sostenibilidad, para garantizar una mayor sinergia y alineación estratégica con la gestión de los proveedores de reventa.

Paralelamente, se migró la gestión de los colaboradores subcontratados al equipo del Servicio Especializado en Ingeniería de Seguridad y Medicina del Trabajo (SESMT), con el fin de alinearse con la gestión de los colaboradores.

Gestión de cumplimiento en la cadena de suministro

Homologación

GRI 2-24 | SASB CG-AA-430B.2

Antes de la contratación, el 100 % de los proveedores de Lojas Renner S.A. se someten a un proceso de aprobación, que evalúa sus mecanismos para promover la integridad y el cumplimiento de su documentación, asegurando la regularidad y la adhesión a nuestros requisitos.

Para los proveedores administrativos y de reventa, el [Código de Conducta del Socio](#) se menciona en la minuta contractual. El documento está disponible en el sitio web, en portugués e inglés, para llegar a proveedores internacionales.

Después de la contratación, contamos con procesos de monitoreo consistentes para asegurar la alineación con las políticas y valores de Lojas Renner S.A., mitigar los riesgos desde el comienzo y a lo largo de su permanencia en el ciclo de suministro de la empresa, y supervisar el desempeño y desarrollo socioambiental de nuestra red para asegurar la compra responsable a nuestro cliente final.

Para garantizar que esta gestión respalde una red de proveedores eficiente, estratégica y alineada, contamos con equipos técnicos dedicados al seguimiento y soporte de nuestra cadena, divididos en tres grupos:

- **Gestión de proveedores administrativos:** dirigida a proveedores que prestan servicios u ofrecen productos que no están directamente vinculados a los productos que vendemos.
- **Gestión de la red de suministros de reventa:** enfocada en la selección, seguimiento y desarrollo de proveedores que fabrican los productos vendidos en las empresas del ecosistema.
- **Gestión de cumplimiento de proveedores:** realiza las auditorías y programas de cumplimiento en la cadena de suministro.



Monitoreo de proveedores de reventa

GRI 2-24 | SASB CG-AA-430B.1

Auditorías

Después de la contratación, el 100 % de los proveedores de reventa nacionales e internacionales (Tier 1¹ y Tier 1 extendido²) de nuestras propias marcas de Renner, Ashua y Youcom y Camicado, ahora son monitoreados en nuestro Programa de Cumplimiento de Responsabilidad Social y Ambiental.

Nuestros proveedores y sus contratistas son evaluados en auditorías, definidas con frecuencia de acuerdo con nuestros criterios de riesgo de cumplimiento, en evaluaciones presenciales o remotas.

Las auditorías evalúan el cumplimiento de los requisitos legales y de Lojas Renner S.A., como el [Código de Conducta para Socios](#), la [Política de Derechos Humanos](#), la [Política de Sostenibilidad](#), además de la Lista de [Verificación Social y Ambiental](#), que enumera los criterios que deben observar los proveedores para garantizar el cumplimiento, el respeto de los derechos humanos y laborales y el cumplimiento de nuestros requisitos.

En las auditorías, el auditor evalúa el cumplimiento de los proveedores a cada uno de los requisitos incluidos en la lista de verificación nacional e internacional y se realizan entrevistas de muestra con los colaboradores de la empresa auditada para determinar:

- cumplimiento en la contratación (tasas de reclutamiento o pruebas abusivas)
- abuso y acoso

- libertad de asociación del empleado al sindicato
- libre circulación
- cumplimiento de las horas de trabajo
- horas de descanso
- derecho a vacaciones
- otros temas sensibles a las condiciones del trabajador.

Las entrevistas son confidenciales y no son acompañadas por representantes de la empresa auditada para dar al trabajador libertad de expresión.

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

Las clasificaciones alfa, beta y A son las que reconocen a las empresas con las mejores prácticas socioambientales, lo que potencia sus oportunidades, amplía la relación con la empresa y fomenta una cadena de compras más responsable.

Certificación

Nuestro Programa de Cumplimiento es evaluado por un tercero y está alineado con las mejores prácticas internacionales, a las que Lojas Renner S.A. adhiere o de las que es signataria, y son la base de nuestro protocolo de auditoría:

Directrices para compras sostenibles



Directrices para auditar los sistemas de gestión



ISO 19011:2018 e ISO 20400:2017



En 2025, se nos evaluó como adecuados para el Sistema Corporativo de Cumplimiento de Proveedores (SCCF) de DNV Business Assurance Brasil.

El 100 % de la cadena de reventa global está certificada, lo que garantiza la adopción de las mejores prácticas socioambientales globales.

¹ Tier 1: proveedores directos nacionales y unidades de fábricas internacionales.

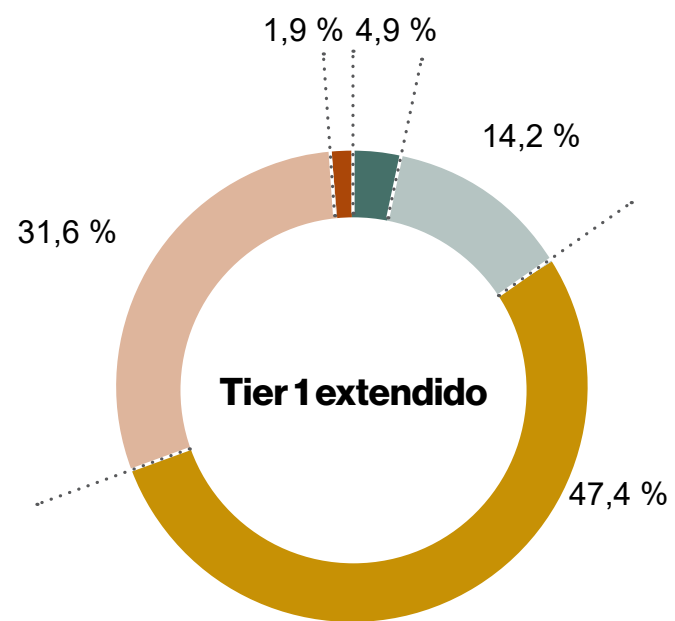
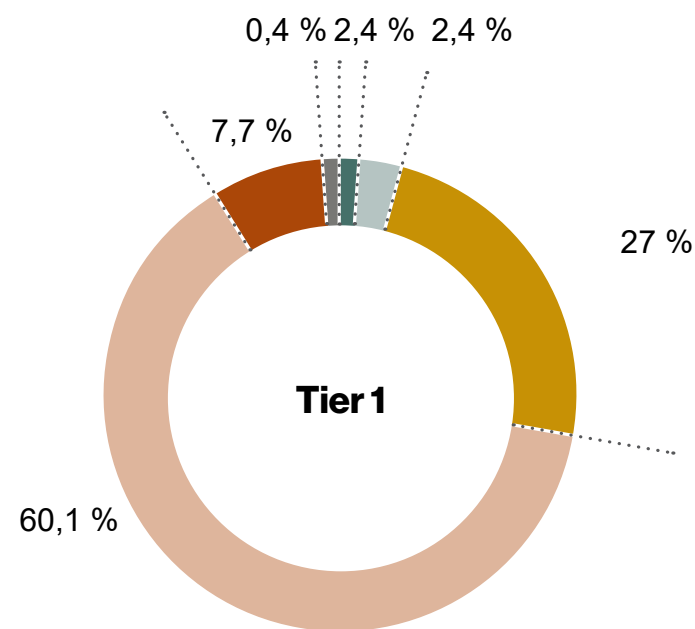
² Tier 1 extendido: contratistas de proveedores directos en el ámbito nacional y de subprocesos fabriles en el ámbito internacional.

Proveedores por nivel

Rangos de clasificación* de proveedores, considerando su madurez en temas de ESG, en base a la puntuación en las auditorías:

- α** Proveedores protagonistas en desempeño socioambiental
- β** Proveedores modelo de desempeño socioambiental
- A** Proveedores con alta gestión de cumplimiento socioambiental

- B** Proveedores con gestión de cumplimiento socioambiental media
- C** Proveedores con gestión de cumplimiento socioambiental baja
- D** Proveedores con gestión de cumplimiento socioambiental insuficiente



TIER 1 + TIER 1 EXTENDIDO:

ALFA	3,8 %	A	38,3 %	C	4,5 %
BETA	8,9 %	B	44,3 %	D	0,2 %

*Para Camicado y proveedores internacionales, el rango va de A a D.



Índice Global de Desempeño de Proveedores

Además de las auditorías, monitoreamos mensualmente el desempeño de los proveedores de reventa de Renner de las cadenas de prendas de punto, tela plana, jeans/sarga, lingerie, línea de playa, calzado, bisutería y accesorios, en base al Índice de Desempeño Global de Proveedores (IDGF, por su sigla en portugués).

El IDGF evalúa a los proveedores activos con entregas en los pilares de calidad, logística, comercial y sostenibilidad. En este último, la mejor puntuación se otorga a los proveedores que demuestran buenas prácticas socioambientales además del cumplimiento, mientras que aquellos con resultados por debajo de las expectativas son advertidos y deben presentar planes de acción.

El Índice es también uno de los aspectos que influyen en la selección de empresas para componer nuestra matriz de oferta, junto con los aspectos de salud financiera y cumplimiento, además del desempeño de los proveedores.

En 2025, alcanzamos 73,2 puntos hasta el cierre de este informe.

Distribución geográfica de proveedores de reventa

Proveedores en Brasil

47,1%

Volumen de compras a proveedores en Brasil

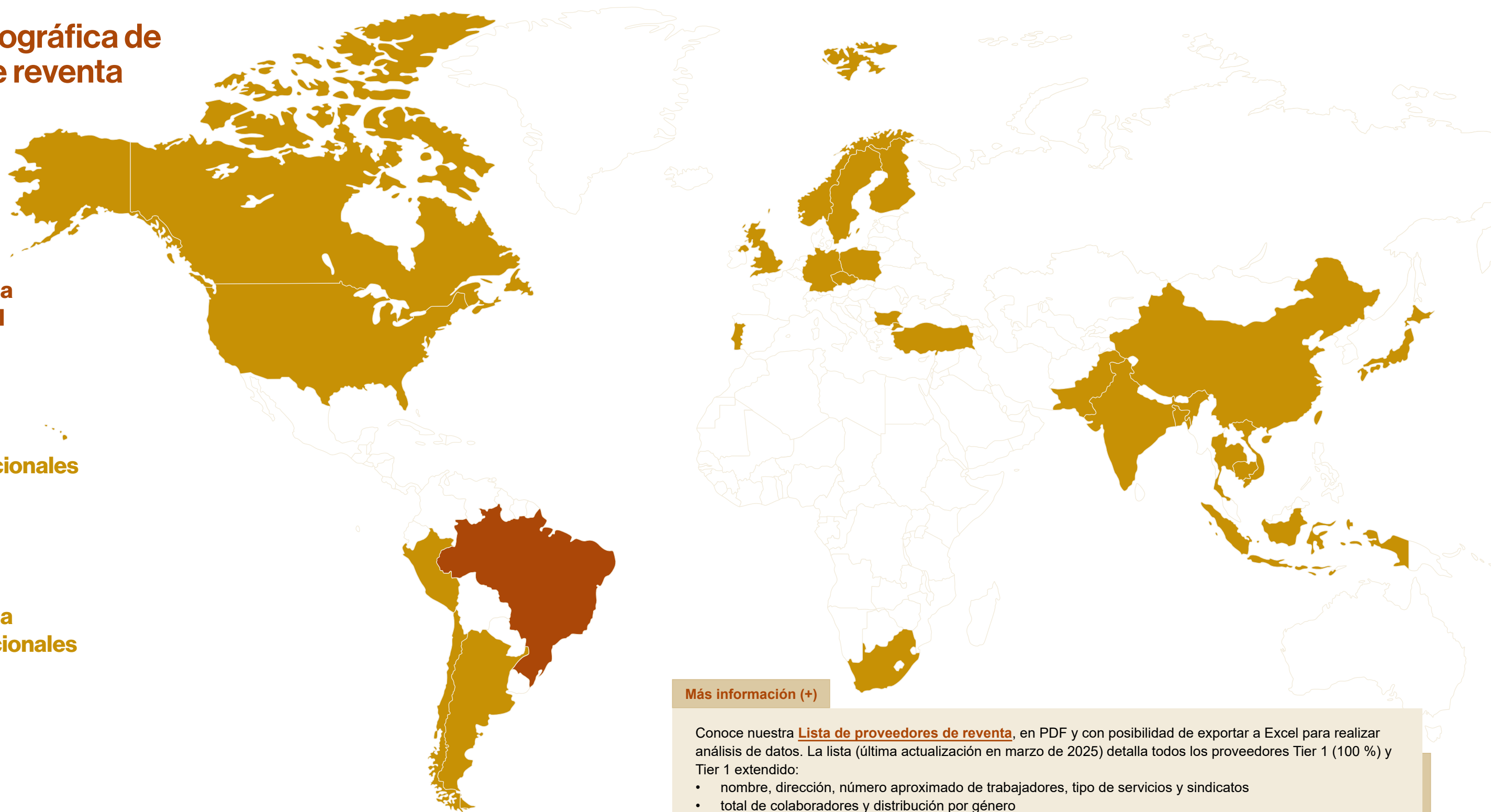
66,2%

Proveedores internacionales

52,9%

Volumen de compras a proveedores internacionales

33,8%



Más información (+)

Conoce nuestra [Lista de proveedores de reventa](#), en PDF y con posibilidad de exportar a Excel para realizar análisis de datos. La lista (última actualización en marzo de 2025) detalla todos los proveedores Tier 1 (100 %) y Tier 1 extendido:

- nombre, dirección, número aproximado de trabajadores, tipo de servicios y sindicatos
- total de colaboradores y distribución por género
- total de trabajadores migrantes

Análisis de datos e inteligencia artificial

Utilizamos tecnología e inteligencia de datos para aportar eficacia al [Programa de Cumplimiento](#) y reducir los riesgos en la cadena.

Contamos con un equipo de datos dedicado al área de sostenibilidad, que trabaja para mejorar la información sobre productos, proveedores, procesos e indicadores de productividad, impulsando el aprendizaje automático, que se actualiza según nuestras auditorías para adaptarse a los pequeños matices que se detectan a lo largo del año en el comportamiento de proveedores y subcontratistas de la cadena de suministro.

Con base en los resultados obtenidos del análisis de datos, dirigimos las auditorías para enfocar los esfuerzos en regiones, tipos y tamaños de empresa, procesos y volumen de operaciones que puedan presentar una tendencia de riesgo.

También hacemos equivalencias de nuestra matriz con otros tipos de certificaciones socioambientales (SLCP, HIGG, ABVTEX, entre otras), buscando asegurar que todos cumplan con los requisitos básicos de conformidad, que tengamos un proceso

efectivo de identificación y auditoría de riesgos y, también, que podamos dirigir esfuerzos para mejorar la cadena de suministro, a través de proyectos de calificación de proveedores.

Seguimos avanzando en el cruce de toda la información posible de los proveedores para conocer cada vez más el comportamiento de nuestros socios y disponer de procesos de gestión de cumplimiento y cualificación según las especificaciones de cada uno.

Desde 2022, adoptamos nuestro modelo matemático de manera procesal y, en 2025, cerramos el indicador de eficacia en un 61 %. Además, hemos reducido el nivel de riesgo de nuestra cadena minorista nacional de ropa (nivel D) en 0,25 p.p.

Rastreabilidad digital

A través de RDT (Renner Digital Traceability), monitoreamos y mapeamos los procesos de nuestra cadena de producción, a través de la tecnología blockchain. Con eso, garantizamos una mayor precisión de la información y mejoramos la gestión de riesgos en nuestros proveedores de Tier 1 y Tier 1 extendido.

Esta estructura nos permite monitorear el proceso de producción de nuestras prendas, considerando todas las etapas de fabricación, asegurando la transparencia y el cumplimiento de las operaciones.

Terminamos 2025 con un 50 % del volumen de artículos conectados a nuestra plataforma de rastreabilidad, totalizando el seguimiento de 68,6 millones de artículos hasta Tier 1 y Tier 1 extendido.

A lo largo del año, reestructuramos el proyecto para permitir la rastreabilidad sistémica a través de blockchain. Así, ampliamos la capacidad de integración con otros eslabones de la cadena, además de aumentar la escalabilidad de la solución.

Como resultado del piloto, pudimos rastrear 188 200 piezas hasta el nivel de trade, un paso clave para respaldar la rastreabilidad completa en toda la cadena.

Protagonismo y gobernanza en la rastreabilidad

Seguimos fortaleciendo nuestro desempeño institucional y colaborativo en materia de rastreabilidad, participando activamente en iniciativas multisectoriales que impulsan estándares de transparencia y buenas prácticas

en la cadena de suministro. Conozca a continuación:

Programa SouABR – Algodón brasileño responsable

Seguimos participando en la iniciativa liderada por la Asociación Brasileña de Productores de Algodón (ABRAPA) y marcas de la industria, que permite la rastreabilidad del algodón, desde la finca algodонера de origen hasta el producto terminado.

Adopción de Better Cotton Initiative (BCI) Físico

Seguimos avanzando con BCI Físico, una herramienta de la Better Cotton Initiative que permite rastrear el origen del algodón a nivel país, reforzando la calidad y confiabilidad de la información socioambiental.

Comité Consultivo del Diálogo Multisectorial sobre el Algodón Brasileño

Formamos parte del Comité, estructurado por la Better Cotton Initiative para promover el debate cualificado entre productores, marcas, industria, sociedad civil, gobierno y otros actores de la cadena. Nuestro trabajo contribuye a la construcción colectiva de soluciones, al fortalecimiento de la gobernanza sectorial y al alineamiento con las principales tendencias globales relacionadas con la rastreabilidad y la transparencia.

Monitoreo de proveedores administrativos

Realizamos un monitoreo en profundidad, a través de auditorías socioambientales, en las que se evalúan documentos, prácticas y compromisos de los proveedores administrativos con mayor potencial de criticidad de ESG:

- proveedores de obras
- proveedores de transporte por carretera
- proveedores de gestión de residuos
- proveedores de seguridad y vigilancia

Temas evaluados

- **Seguridad ocupacional**
- **Medio ambiente**
- **Responsabilidad social**
(trabajo infantil, forzado o esclavo, mano de obra extranjera irregular, libertad de asociación, discriminación, abuso y acoso, compensación, horas trabajadas y beneficios).

Durante la ejecución de nuestras construcciones y renovaciones, llevamos a cabo auditorías sin previo aviso en las obras, que se guían por una lista de verificación de inspección, que prevé entrevistas con los trabajadores, con el fin de conocer la percepción de la rutina de trabajo de conformidad con las normas y la legislación.

Para los proveedores de servicios en nuestra sede administrativa, además de la evaluación documental, verificamos el vínculo y la aptitud para el trabajo de los colaboradores de terceros que acceden a nuestras instalaciones.

Con base en los resultados del monitoreo, establecimos el Índice Global de Desempeño de Proveedores (IDGF, por su sigla en portugués), que clasifica a los proveedores con una puntuación de acuerdo con su desempeño en tres pilares: negocios, cumplimiento y comercial.

En 2025, alcanzamos el 9 % de nuestros proveedores administrativos con certificación socioambiental.

Con la transferencia de la gestión de cumplimiento de proveedores administrativos al área de Sostenibilidad en 2025, nuestro enfoque fue revisar este proceso en su conjunto, con el objetivo de acelerar el cumplimiento de nuestros compromisos públicos en 2030.

Monitoreo de sellers

Antes de la contratación, el 100 % de los socios del Marketplace Renner y Camicado pasan por un proceso de homologación, que evalúa sus mecanismos para promover la integridad y el cumplimiento de su documentación, asegurando la regularidad y la adhesión a nuestros requisitos.

Tenemos una autoevaluación del riesgo socioambiental en el 100 % de los socios, que genera un diagnóstico del nivel de madurez socioambiental de los socios, dividido en tres niveles (baja, media o alta) en función de las certificaciones, el lugar de fabricación, la cadena de producción, entre otros.

En 2025, revisamos el programa de protección de marca con los vendedores para reforzar el cuidado por un entorno empresarial seguro para los consumidores. La revisión se basó en la nueva estrategia de la empresa, que definió como temas centrales en el seguimiento del mercado: los riesgos de piratería, falsificación y evasión fiscal y la privacidad de los datos de los clientes.



Gestión de consecuencias

En todos los casos en los que identifiquemos no conformidades en la cadena de suministro de reventa global de Renner, Ashua, Youcom y Camicado, solicitamos que la empresa ejecute un plan de acción, con un plazo de un mes a un año, para su resolución y seguimiento presencial, dependiendo de la criticidad del requerimiento.

Si no se cumple el plan, la empresa es bloqueada o suspendida, no recibe nuevos pedidos y está sujeta a la descalificación de la cadena de suministro de Lojas Renner S.A.

Nuestro Comité de Suministro multidisciplinario delibera sobre casos sensibles que no cumplen con los procedimientos y metodologías del Programa de Cumplimiento.

Situaciones críticas y tolerancia cero

De las situaciones evaluadas en las auditorías, algunas se clasifican como críticas y de tolerancia cero, bloquean al proveedor de nuestra cadena y pueden llevar al fin de la relación comercial.

Nuestra [Norma de Gestión del Programa de Cumplimiento](#), disponible en nuestro sitio web, determina como violaciones críticas y de tolerancia cero:

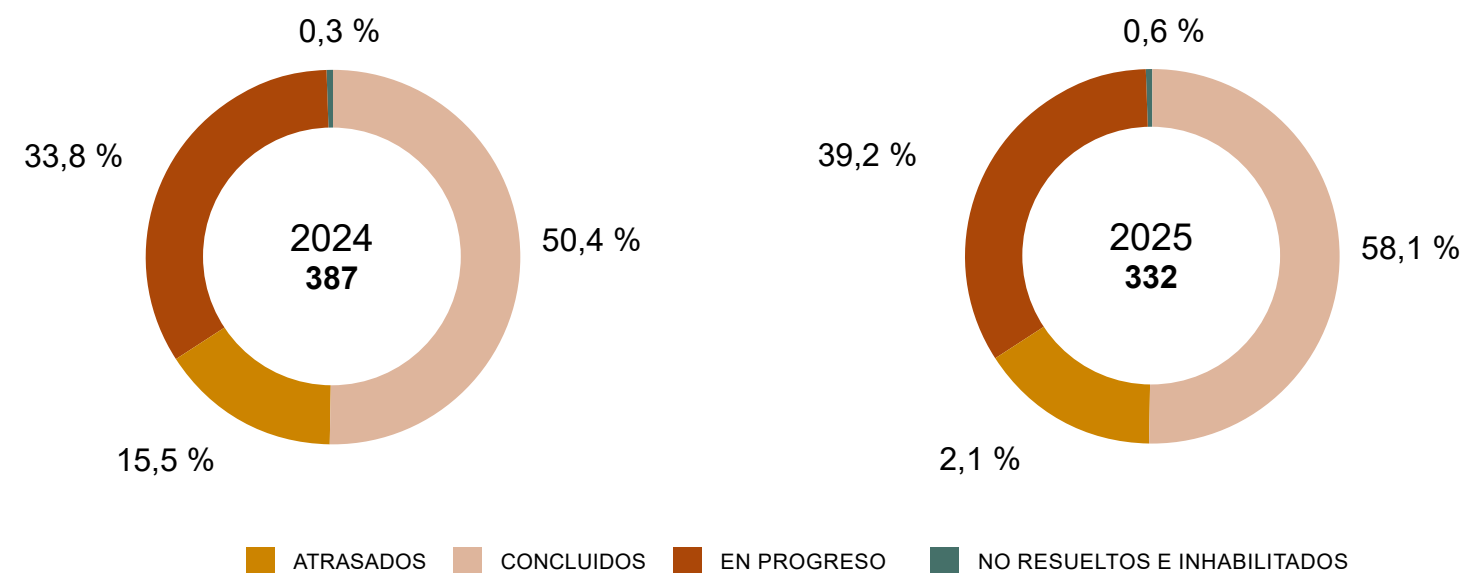
- Trabajo forzado o análogo al trabajo esclavo
- Trabajo infantil
- Trabajadores extranjeros indocumentados
- Corrupción/soborno
- Alojamiento de trabajadores integrado al área productiva y/o casos identificados como alojamiento irregular
- Falsificación de documentos
- Emisión de humo negro y/o material particulado
- Violación de la libertad de asociación
- Riesgo estructural
- Modificaciones irregulares de edificios

En la cadena nacional de suministro, se identificaron dos casos de tolerancia cero vinculados a irregularidades en el proceso de reclutamiento y selección, que llevaron a la exclusión inmediata de la cadena de suministro de la empresa.

Ambos presentaron el término de ajuste de la conducta, corrigiendo totalmente la irregularidad identificada. Sin embargo, de acuerdo con nuestro Código de Conducta para Socios, el acuerdo de suministro se rescindió, lo que refuerza nuestro compromiso con las prácticas responsables.



Planes de acción de proveedores nacionales e internacionales (Tier 1 y Tier 1 extendido)



Clasificación de proveedores

Trabajamos para que nuestra cadena alcance los altos niveles de desempeño de nuestra clasificación de cumplimiento, es decir, que vaya más allá de los requisitos obligatorios de la legislación solicitados en nuestro proceso de auditoría y cumpla con las normas avanzadas de buenas prácticas socioambientales diferenciadas.

Esto sucede a través de diferentes iniciativas de apoyo técnico y financiero, realizadas por Lojas Renner S.A., con el fin de fortalecer, impulsar y acelerar el avance de prácticas sostenibles en la cadena textil, una transformación fundamental para el logro de nuestros compromisos públicos.

Una parte importante de nuestra estrategia comercial es la concentración de nuestra cadena de proveedores de reventa en Brasil, lo que mejora nuestras acciones de calificación y desarrollo, estrecha la relación con nuestros proveedores, fortalece el crecimiento de sus negocios y, en consecuencia, genera valor para sus colaboradores.



Programa Red Responsable

Desde 2017, promovemos acciones de calificación para proveedores de reventa y sus subcontratistas con una alta concentración de volumen de compra y/o mayor impacto ambiental (lavanderías de jean), a través de nuestro Programa Red Responsable. Las acciones van desde el compromiso y la difusión de conocimiento hasta prácticas y proyectos en los que nuestros especialistas trabajan junto con los proveedores.

El objetivo es instrumentalizar de forma permanente la cadena de suministro de Lojas Renner S.A. para mitigar riesgos, aumentar la resiliencia y desarrollar modelos de negocio más sostenibles.

Los contenidos desarrollados están preparados para toda nuestra cadena de suministro, incluidos sus subcontratistas, es decir, el 100 % de nuestra cadena de suministro nacional tiene acceso a los contenidos de la Red Responsable.

De forma estratégica, monitoreamos los datos y el compromiso de los proveedores con el mayor impacto ambiental y el mayor volumen de compras de Renner, Youcom y Ashua Nacional.

Principales logros

En 2025, el Programa amplió su alcance, promoviendo 43 eventos dedicados a la cadena de suministro y 70 horas de contenido exclusivo, con la participación integrada de las áreas de Sostenibilidad, Producto y Desarrollo de Proveedores.

La Red Responsable también invirtió en la capacitación de los colaboradores con 55 horas de contenido que aborda la gestión responsable y las prácticas sostenibles, el fortalecimiento de la cultura corporativa y la preparación de los equipos para tomar decisiones de compra más conscientes.

En el año, tuvimos un 62 % de participación de la cadena de suministro nacional en las iniciativas de formación.

Eventos temáticos y reuniones temáticas

Para Renner, Youcom y Ashua, además de dedicar contenidos generales sobre sostenibilidad, aportamos información sobre energías renovables, organización y eficiencia en el lugar de trabajo, seguridad y etiquetado, diversidad, agua, efluentes y productos químicos, innovación, bienestar, comunicación y materias primas.

Resolución de dudas

Desde 2020, el programa de resolución de dudas (llamado Tira Dúvidas, en portugués) cuenta con un cronograma mensual en el que reunimos a nuestros proveedores para aclarar dudas sobre los temas y procesos exclusivos de cumplimiento normativo.

Además, nuestros auditores están disponibles para apoyar a los proveedores de forma continua y ofrecer información sobre todas las dudas del año en la Universidad Renner para Proveedores.

En 2025, nos aliamos al Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial (SENAI) para construir nuestras agendas de calificación.

Encuentro con proveedores de calzado

De manera inédita, realizamos la primera reunión enfocada en la cadena del calzado, con el objetivo de fortalecer el compromiso de los proveedores, profundizar la conexión con Lojas Renner S.A. y reforzar el compromiso público con la excelencia, la ética y la responsabilidad socioambiental.

La iniciativa reunió a 21 proveedores y 38 participantes y promovió un entorno de colaboración entre los socios de la empresa. La atención se centró en la sostenibilidad y la innovación, con énfasis en el reconocimiento de las buenas prácticas y el fomento de la mejora continua.

Semana del Agua y los Productos Químicos

La Red Responsable actuó en la promoción y producción de la Semana del Agua y los Productos Químicos que reunió a 100 participantes. El evento formó parte del calendario anual de calificación de los participantes del Programa de Productos Químicos y contó con la presentación de empresas tecnológicas enfocadas en la reducción del consumo de agua (para saber más, consulte la [pág. 63](#)).



Convención de proveedores

La convención, celebrada en abril para proveedores nacionales de reventa, reunió a unos 170 participantes, en un evento de cinco horas, en el que se presentaron las estrategias de suministro que guiaron el negocio a lo largo del año. Durante los debates y charlas, abordamos temas como calidad, reactividad y sostenibilidad, trayendo como tema central el “Coraje para Transformar”.

Resultados socioambientales

Conozca los principales indicadores de 2025 de nuestros socios, alentados por la capacitación de la Red Responsable:

Agua y productos químicos

En 2021, desarrollar una metodología propia y certificada para la medición del consumo. En 2025, registramos:

- El 67,9 % de las prendas de los proveedores de jeans estratégicos fueron clasificadas como de bajo consumo de agua.
- El 31 % de los proveedores mundiales de textiles y prendas de vestir son adecuados para el Programa de Productos Químicos.

Energía

- El 53 % de los proveedores nacionales utiliza energía renovable de bajo impacto.

Residuos textiles

- El 43 % de los proveedores nacionales tienen prácticas de reutilización, reciclaje y donación de sus residuos textiles.

Emisiones de GEI

- El 40 % de los proveedores nacionales tienen inventarios de alcance 1 y 2, con metodología GHG Protocol.



Programa de Aceleración del Cumplimiento (PAC)

En su quinto año de funcionamiento, el Programa de Aceleración de Cumplimiento tiene como objetivo apoyar a los proveedores en la mejora de la gestión socioambiental. A través de este programa, ofrecemos a los socios de la cadena nacional de bajo rendimiento en cuanto al cumplimiento el asesoramiento práctico de nuestros analistas senior y soporte técnico para fortalecer sus procesos internos.

A lo largo de los años, el PAC ha evolucionado significativamente y se ha convertido en una estrategia sólida para desarrollar e impulsar a los proveedores para lograr un alto rendimiento.

El programa tiene una duración de ocho meses, en los que apoyamos la evolución de los proveedores, fortaleciendo su gobernanza y construyendo una gestión más sólida preparada para los retos de la sostenibilidad.

Hoy en día, el programa actúa como una plataforma para la transformación, evaluación e impulso de mejoras en temas clave de gestión:

Frentes apoyados en el PAC

- estructura de la organización
- gestión y desarrollo de subcontratistas
- gestión operativa
- gestión de documentos
- gestión de sistemas

Durante estos cinco años, 58 empresas participaron en el programa, lo que representa una evolución del 24 % del volumen de compra para proveedores de alto rendimiento.

Como reflejo de nuestro compromiso de elevar el estándar de calificación de nuestra cadena, en 2025, el Programa avanzó estratégicamente y proporcionó la evolución del 50 % de los participantes a la clasificación socioambiental de alto rendimiento.

Otros programas de apoyo

Fornecedores

Universidad Renner (UR) para proveedores

Desde 2019, nuestros proveedores han tenido acceso a la UR donde los socios pudieron acceder a contenidos relevantes para el aprendizaje y desarrollo sobre temas estratégicos para el negocio y la cadena.

En 2025, alcanzamos un promedio de 120 empresas activas en la UR. Los contenidos fueron seleccionados por un equipo multidisciplinar, que posibilita la diversidad de temáticas y profundiza la experiencia del proveedor en asuntos en los que tiene dudas o necesita entender como parte fundamental de su permanencia en la cadena de suministro de la empresa.

ENCADAMENTO
PRODUCTIVO 

Cadena productiva

En asociación con el Sebrae (Servicio Brasileño de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa), desde 2017, hemos promovido el desarrollo de empresas contratadas por los proveedores de reventa de Renner en cuatro fases: concientización, diagnóstico, capacitación y consultoría.

En 2025, el programa se sometió a una revisión de alcance y ahora abarca no solo en micro y pequeñas empresas, sino también a nuestros proveedores directos.



Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES)

Otro frente relevante de generación de valor en la cadena es el apoyo financiero a proveedores, que se viene dando desde 2016, intermediado por Lojas Renner e instituciones financieras, entre ellas el Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social (BNDES). Este apoyo brinda mejores condiciones de financiamiento a las pequeñas y medianas industrias.

Desarrollo de proveedores

En 2025, nuestro equipo de Gestión de Red de Abastecimiento continuó con su alcance de trabajo de Mejora Continua (antes llamado PMC, activo a partir de 2013), operando en Brasil y América Latina, ampliando la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

También orientamos el trabajo hacia mejoras en el desarrollo industrial, centrándonos en la integración de la cadena para generar una mayor capacidad de reacción y entregas con lead times reducidos.

Al monitorear el desempeño y el riesgo de los proveedores, esta acción apoya la optimización de los resultados y brinda oportunidades para una relación comercial sostenible.



Programa de Excelencia Renner (per)

Su objetivo es promover y fomentar 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 2025, más de 130 empresas participaron en la [Convención de proveedores](#).



Conectando tecnología

En alianza con el SENAI, el Programa trabajó en temas como auditoría, gestión y organización, impacto social y agua y productos químicos, alcanzando un promedio de 110 participantes en cada una de las quince reuniones con la cadena de suministro nacional.

Encuesta de relación con los proveedores

Periódicamente, realizamos una encuesta con los proveedores de reventa, que tiene como objetivo analizar el nivel de satisfacción de la cadena de suministro. En ella, consultamos sobre los siguientes pilares: negociación, relación, comunicación, procesos y sistemas. La edición de 2025 contó con representantes de 200 empresas de todo el país, de las cuales el 96 % dijo que recomendaría a Renner a un amigo o conocido (NPS).

Salario digno en la cadena

El desafío global de promover salarios justos en la cadena de la moda se ha visto reforzado por la alta inflación global y una cadena cada vez más globalizada, con costos de vida variables y diferentes leyes laborales.

En este escenario, orientamos la gestión del living wage en nuestra cadena en base a las mejores prácticas globales, que proponen caminos para la evolución, como Platform Living Wage Financials (PLWF) y calificaciones e índices del mercado de capitales que abordan el tema en sus procesos de evaluación, como los ratings Dow Jones Best-in-Class, FTSE 4Good y MSCI ESG.

Nuestro proceso de monitoreo del cumplimiento de los proveedores evalúa continuamente el cumplimiento de la legislación laboral, el cumplimiento de los requisitos legales o los acuerdos de negociación colectiva sobre salarios y horas extras, la libertad de asociación y el monitoreo del pago justo de salarios en el 100 % de nuestra cadena de proveedores de reventa.

La identificación de no conformidades mediante auditorías en relación con el salario genera planes de acción para su corrección, mientras que las denuncias recibidas en nuestro canal de denuncia independiente sobre el tema se investigan y generan acciones correctivas.

En los últimos años, venimos avanzando de forma continua para identificar las brechas entre los valores pagados, tanto en la operación como en la cadena de suministro, y emprender acciones que respalden el avance:



07.

Información complementaria

Aquí encontrará información adicional sobre temas relevantes de la gestión de ESG que no se abordan directamente en los pilares de la estrategia de Moda responsable. El objetivo es garantizar una transparencia continua sobre todos los aspectos de ESG del mercado, con el fin de informar a nuestros stakeholders y rendir cuentas a las organizaciones del mercado de capitales que evalúan el desempeño de las empresas, como índices, rankings y marcos.



Mapa de contenido



Información de gobernanza

Materialidad	80
Innovación en ESG	82
Seguridad de la información	83
Ética y combate a la corrupción	88
Marketing responsable	89
Buenas prácticas de compra	91
Gestión tributaria	92



Información social

Derechos humanos	93
Gestión del capital humano	95
People analytics	96
Carrera y desarrollo	97
Instituto Lojas Renner	101
Organizaciones apoyadas	105



Información ambiental

Marca sostenible	106
Biodiversidad	107
Gestión ambiental	110
Residuos	111

Materialidad

GRI 3-1|3-2|3-3

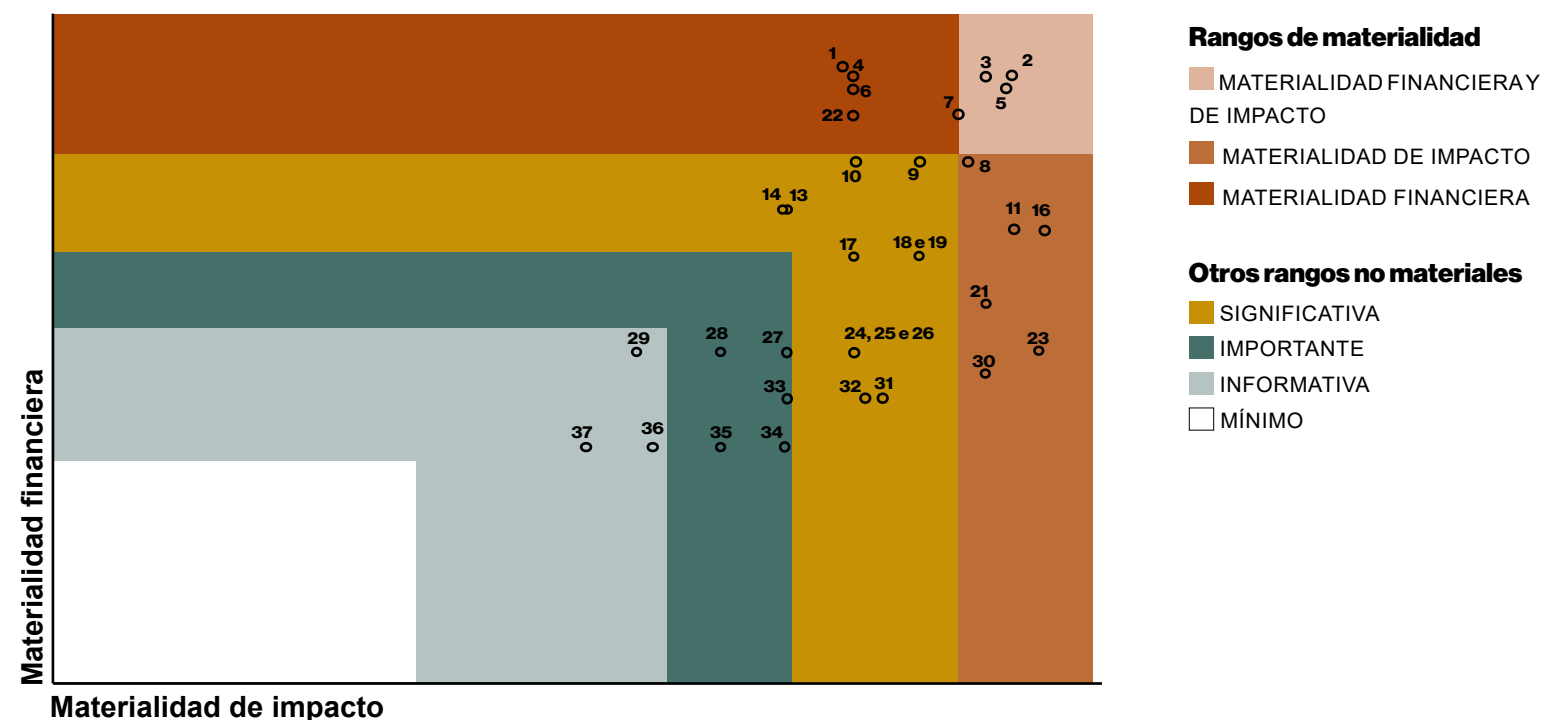
En 2024, realizamos un nuevo estudio de materialidad de acuerdo con la metodología de doble materialidad propuesta por el European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG).

Analizamos los temas socioambientales y climáticos considerando su materialidad financiera e impacto en el negocio, los grupos de interés, la sociedad y el medio ambiente.

El proceso abarcó las etapas que se presentan a continuación, validados por la Junta de Administración y un tercero independiente

- Identificación de impactos, riesgos y oportunidades (IRO) en la cadena de valor de los sectores en los que opera nuestro ecosistema, en base a los principales índices y ratings de ESG del mercado de capitales, un benchmark global de pares y organizaciones del sector de referencia y del escenario legal y regulatorio.

- Consultas con los stakeholders para priorizar los impactos:
 - Consulta online abierta a todos en las redes sociales de la empresa.
 - Entrevistas en profundidad con expertos internos y externos.
- Consolidación de los inputs de las etapas anteriores en una larga lista de IRO.
- Workshop de evaluación de impacto y materialidad financiera de los IRO con un grupo de trabajo interdisciplinario compuesto por más de 70 líderes y expertos de todas las direcciones de la empresa, con el objetivo de priorizar los impactos.
- Evaluación, ajustes y validación de las evaluaciones y de la matriz de materialidad por parte del Comité de Sostenibilidad, en el ámbito de la Junta de Administración.
- Auditoría independiente de materialidad, tanto en el alcance del aseguramiento de este informe anual como en el aseguramiento para la certificación ISO, realizado en 2024.



Temas materiales

Materialidad financiera y de impacto

- 2** Materias primas con alta huella socioambiental, [pág. 55](#)
- 3** El cambio climático y sus efectos en la sociedad, [pág. 52](#)
- 5** Condiciones de trabajo en la cadena de proveedores directos, [pág. 65](#)
- Materialidad de impacto**
- 8** Eliminación de los productos posconsumo, [pág. 57](#)
- 11** Cumplimiento ambiental en la cadena de proveedores directos e indirectos, [pág. 66](#)
- 16** Condiciones de trabajo en la cadena de proveedores directos, [pág. 65](#)
- 21** Uso de combustibles en distribución y logística, [pág. 58](#)

- 23** Emisiones de carbono en la cadena de valor, [pág. 52](#)
- 30** Producción intensiva y ciclo de consumo corto, [pág. 57](#)
- Materialidad financiera**
- 1** Uso de plásticos descartables en embalajes, [pág. 112](#)
- 4** Competencia desleal y falta de regulación del sector en el entorno digital, [pág. 89](#)
- 6** Policrisis en el abastecimiento y la demanda (geopolítica, económica, producción y consumo), [págs. 11 y 25](#)
- 7** Generación de residuos y linealidad del proceso productivo, [pág. 111](#)
- 22** Posible escasez de mano de obra en el sector y la cadena, [pág. 42 y 65](#)

Impactos socioambientales y climáticos

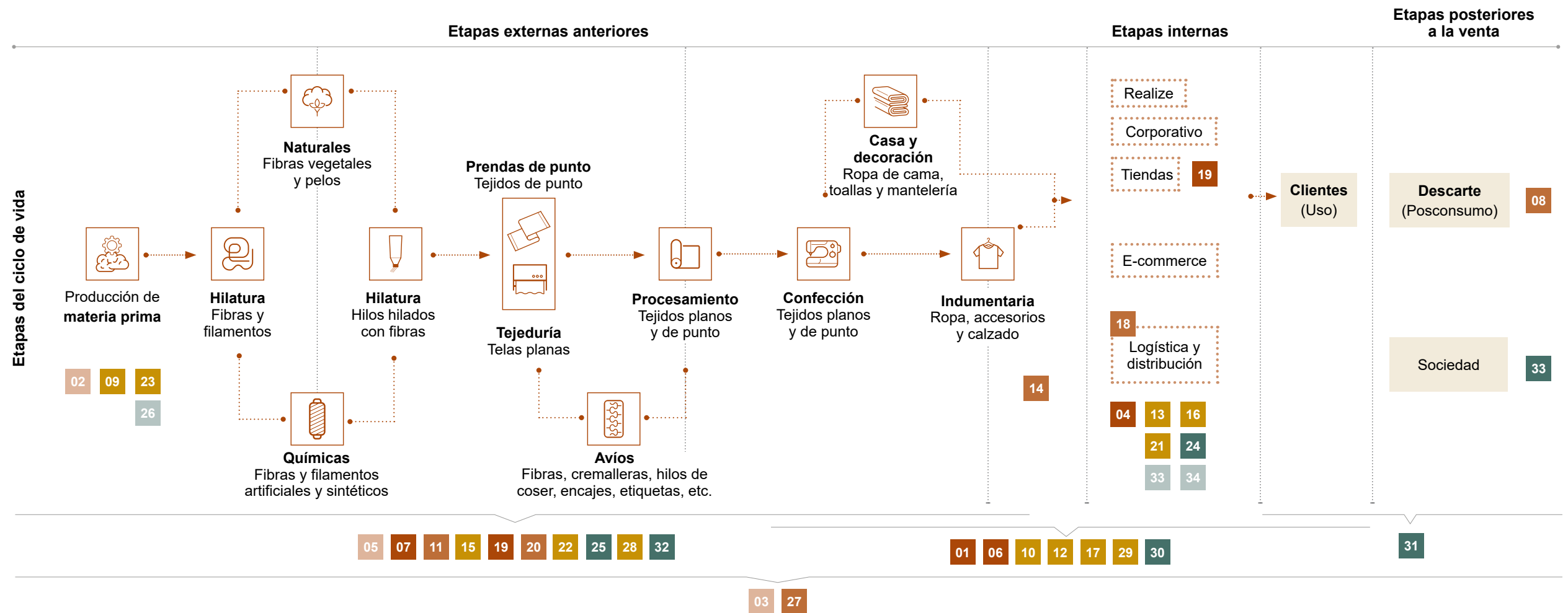
GRI 2-12 | 2-13

A partir de la materialidad, que evalúa la criticidad del impacto y el impacto financiero de las cuestiones de ESG, identificamos los principales riesgos e impactos socioambientales y climáticos a través del proceso institucional de **identificación y gestión de riesgos**.

Conozca a continuación los impactos de ESG identificados en nuestra cadena de valor y los riesgos climáticos en el último estudio.

Impacto

- FINANCIERO Y DE IMPACTO
- IMPACTO
- FINANCIERO
- SIGNIFICATIVO
- IMPORTANTE
- INFORMATIVO
- MÍNIMO



1. Uso excesivo de plásticos descartables en los embalajes
2. Uso de materias primas con alta huella socioambiental
3. Riesgos físicos y de transición relacionados con el cambio climático
4. Competencia desleal y falta de regulación del sector en el entorno digital
5. Mala condiciones de trabajo en la cadena de suministro
6. Crisis de suministro derivadas de crisis geopolíticas y cambios en los modelos de producción y consumo*
7. Alta generación de residuos y falta de circularidad en el proceso productivo
8. Impacto ambiental de los productos posconsumo
9. Deforestación y pérdida de biodiversidad
10. Falta de inclusión y accesibilidad de las personas con discapacidad

11. Incumplimiento ambiental en la cadena de proveedores directos e indirectos
12. Violación de la privacidad y la seguridad de la información
13. Problemas de salud y bienestar del equipo
14. Malas condiciones de trabajo en proveedores directos
15. Contaminación del agua y el suelo
16. Falta de ética y cumplimiento en la gobernanza
17. Falta de ciberseguridad
18. Uso intensivo de combustibles en distribución y logística
19. Escasez de mano de obra
20. Emisiones de carbono elevadas
21. Marketing irresponsable
22. Uso de productos químicos tóxicos

23. Violación de los derechos de las comunidades en la cadena de materias primas
24. Falta de transparencia sobre la estrategia fiscal
25. Falta de desarrollo de ESG en la cadena de suministro
26. Maltrato a animales
27. Modelo de negocio de producción intensiva y ciclo de consumo corto
28. Uso de agua elevado e ineficiente
29. Desigualdad racial
30. Falta de inversión social y poblaciones vulnerables
31. Educación sobre sostenibilidad para clientes/comunidad
32. Uso ineficiente de energía eléctrica
33. Educación sobre sostenibilidad para colaboradores
34. Desigualdad de género en la remuneración y la progresión profesional

*Situaciones en las que diferentes crisis ocurren al mismo tiempo y se conectan, lo que requiere soluciones integradas. Estas crisis pueden ser de diversa naturaleza, como económicas, ambientales, sociales o geopolíticas, y sus efectos pueden intensificarse cuando se superponen.

Innovación en ESG

La innovación es clave para alcanzar nuestros objetivos de **Moda responsable**. En los últimos años, hemos innovado en varios procesos, soluciones y herramientas que apoyan la estrategia de descarbonización y regeneración:

- Primer jeans reciclado, tanto azul como negro, fabricado con materia prima reciclada.
- Creación de una colección de lencería adaptada para personas con discapacidad y otra para personas trans.
- Colecciones planificadas 100 % digitalmente, con una reducción del volumen de materia prima virgen y residuos involucrados en el proceso de creación.
- Manual de productos químicos, con orientación responsable sobre sustancias restringidas.
- Desarrollo y certificación de metodología propia para la medición de la huella hídrica en la cadena productiva.
- Proyecto de investigación y desarrollo para el cultivo de algodón agroforestal.
- Primera tienda circular de comercio minorista brasileño.
- Desarrollo de un cierre de cremallera sostenible pionero en Brasil, sin sustancias restringidas y con PET reciclado.
- Laboratorio de innovación de productos para crear soluciones nuevas y más sostenibles.
- Hub de reciclaje que conecta a los socios y busca nuevas soluciones de productos reciclados.
- Desafío de Innovación Abierta para identificar soluciones sostenibles en el ecosistema de innovación.
- Lanzamiento de las guías de circularidad y riesgo climático
- Elaboración con el proveedor de un botón sin sustancias restringidas mediante el uso de una alternativa más segura que mantiene un precio de producción competitivo.
- En 2025, lanzamos la primera colección en Brasil hecha con **algodón agroforestal**.



Gestión de la inteligencia artificial

Desde 2024, contamos con el Comité de Inteligencia Artificial para implementar y ejecutar la gestión de la inteligencia artificial (IA), dado el creciente uso y desarrollo de herramientas basadas en esta tecnología para apoyar los procesos internos de la empresa.

Ese mismo año, el Comité instituyó la Política para el Uso de Inteligencia Artificial, con una amplia difusión en todas las operaciones, capacitación específica, diálogos para la participación de las partes interesadas en las discusiones sobre los beneficios y los riesgos potenciales del uso de la IA.

Para adecuarse a las leyes y regulaciones, el Comité estableció procesos de análisis mensuales, por parte de un equipo multidisciplinario y diversificado, para evaluar los impactos derivados del uso de la IA. Entre estos procesos se encuentra la creación de mecanismos para identificar y monitorear los riesgos y establecer políticas para prevenir o reparar cualquier ocurrencia.

Seguridad de la información

GRI 2-24 | 418-1

Gobernanza

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 la implicación directa de la Junta de Administración en la gestión, aprobación y validación de la estrategia, además de la gobernanza en la materia:

- Vicepresidencia de Tecnología y Datos, representada por Alessandro Santiago Pomar, cuyo principal responsable del tema es el Director de TI, Rafael Vilarino Kuhn, y el Gerente Senior de Seguridad de la Información, Fernando Sampaio Alves, quienes lideran el dedicado equipo de Seguridad de la Información.
- Dirección Jurídica, con un Gerente de Protección de Datos (Wagner dos Santos Barcelos) como punto de contacto para el envío de cuestiones de privacidad a nivel interno y responsable del liderazgo del equipo de protección de datos.
- Dirección Jurídica, con un equipo de cumplimiento especializado en Seguridad de la Información.
- Comité Corporativo de Seguridad de la Información de Riesgos Cibernéticos, multidisciplinario, con interfaz con la Junta de Administración.

- Junta de Administración, con una consejera con experiencia en Tecnologías de la Información (Christiane Edington).

Políticas

Nuestro marco de directrices es sólido y consta de Políticas de Seguridad de la Información, normas y manuales y directrices que describen, detallan y dirigen la atención y los deberes para garantizar la seguridad de la información, la protección de datos, la gestión de riesgos e incidentes y la continuidad del negocio.

La Política de Privacidad y Protección de Datos Personales de Lojas Renner S.A., que se aplica a todos los colaboradores y socios, establece directrices relacionadas con la privacidad y protección de datos personales de acuerdo con las mejores prácticas del mercado y en cumplimiento de toda la legislación vigente en los países donde actúa.

La directriz está a cargo del Gerente Wagner dos Santos Barcelos, actual Encargado de Datos (Data Protection Officer - DPO).

Si los colaboradores identifican alguna situación que implique la violación de los pilares de seguridad de la información de

la empresa (confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información), deben utilizar cualquiera de los siguientes canales disponibles:

- ServiceNow: canal preferido para informar incidentes relacionados con vulnerabilidades de seguridad de la información, presuntos ataques, intrusión, fuga de información, violación de políticas y normas de seguridad de la información.
- Botón de informe de phishing (disponible en Outlook) o phishing@lojasrenner.com.br.
- Desde los e-mails oficiales: seguranca_informacao@lojasrenner.com.br; CSIRT@lojasrenner.com.br o protecaodedadospessoais@lojasrenner.com.br.

Ciberseguridad

Contamos con varios controles, herramientas y procesos para proteger a la empresa del riesgo de ataques e intrusiones por parte de hackers (o crackers), con macroestructuras operativas respaldadas en empresas asociadas especializadas.

- Nuestro Centro de Operaciones de Seguridad (SOC) y el Centro de Respuesta a Incidentes (CSIRT) monitorean, defienden y responden a las amenazas a Internet, la infraestructura interna, los sistemas y los usuarios.
- Security Tools: adoptamos herramientas modernas que utilizan inteligencia artificial líder en el mercado para proteger nuestro entorno tecnológico y nuestro negocio de las amenazas cibernéticas.
- Brand Protection: orientada al monitoreo de las principales marcas de Lojas Renner S.A. en internet.
- Seguro cibernético: incluye una amplia cobertura de pérdidas, lucro cesante, fuga de datos recopilados y almacenados, fraude, incidentes de ransomware y ataques cibernéticos.
- Utilizamos una herramienta que nos permite monitorear el nivel de riesgos cibernéticos fuera de la empresa y socios que prestan servicios, con análisis periódicos cada ocho meses, como mínimo.

Como reflejo de la evolución y solidez de nuestra gestión, en 2025 fuimos evaluados en la Security Score Card, una herramienta que supervisa el nivel de madurez en ciberseguridad de las empresas de todo el mundo, en un ranking que nos sitúa entre las empresas líderes con mayor puntuación de nuestro segmento:

Alcanzamos el nivel A y 99 puntos (sobre 100) en la Security Score Card.

Además, contamos con la certificación ISO 27001 en el 100 % de nuestra Gestión de Incidentes Cibernéticos.

Análisis de vulnerabilidades

Contamos con un equipo de inteligencia cibernética dedicado, con Ethical Hacking interno y empresas líderes en el mercado en este tipo de servicios, que realizan pruebas de intrusión (ataques de hackers simulados) y escaneo para detectar nuevas vulnerabilidades de forma continua para su corrección, que también se realizan mensualmente.

Realizamos simulaciones de ataque diversificadas para mejorar nuestros procesos, herramientas, elaborar planes de acción para correcciones, así como capacitar a nuestros colaboradores para estar preparados ante una posible situación de ataque real, minimizando o eliminando posibles impactos.

Los resultados se analizan, evidencian, documentan y monitorean regularmente para garantizar que las acciones correctivas sean efectivas.

Respuesta a incidentes e interrupciones

Contamos con una política y un proceso formal de Gestión de Continuidad del Negocio (GCN), a través del cual realizamos un análisis de los riesgos de parada operativa (parcial o total) y el Análisis de Impacto en el Negocio (BIA).

A partir de este escenario, definimos las estrategias en el Plan de Continuidad Operacional (PCO) para los procesos y contamos con un Plan de Recuperación ante Desastres (DRP) para todos los sistemas clasificados como vitales y críticos en el BIA.

Cualquier respuesta a incidentes, independientemente de su tipificación, sigue el modelo de procedimiento previsto y descrito en la norma de Seguridad de la Información y Gestión de Incidentes de Privacidad de Datos. En el caso de incidentes relacionados con fuga de datos, existen medidas complementarias que requieren el cumplimiento de la normativa y la legislación.

Para garantizar la eficiencia de este proceso, realizamos pruebas anuales de PCO y semestrales de DRP y capacitación de respuesta a incidentes.

Protección de datos

Tenemos un fuerte enfoque en la protección de los datos.

Contamos con un área dedicada, con profesionales expertos y proveedores de renombre, con operaciones a tiempo completo (24 horas al día y siete días a la semana), y adoptamos una estrategia de varias capas, con diversos controles y herramientas.

Realizamos y actualizamos continuamente el inventario de datos personales para obtener una visión clara y organizada de nuestro panorama de datos.

Con controles maduros y robustos en los procesos de monitoreo y soluciones de Inteligencia de Amenazas Cibernéticas, monitoreamos y respondemos de manera oportuna a la identificación de riesgos de privacidad y protección de datos personales que pueden violar la legislación o afectar el derecho de los titulares.

Evaluamos el tratamiento de los datos personales, así como su adhesión a la metodología Privacy by Design, y usamos técnicas de protección en bases de datos, funciones activas de Data Loss Prevention (DLP) para monitorizar y prevenir la fuga de datos personales.

Con respecto a la información de tarjetas de crédito y débito, hemos adoptado las reglas determinadas por el estándar de seguridad de tarjetas más estricto, el PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) y contamos con la certificación PCI DSS para el 100 % de nuestras operaciones.

Derechos del titular de datos

Para garantizar al titular los derechos sobre sus datos retenidos por la empresa, tenemos un centro para responder cuestiones de privacidad y protección de datos personales en nuestros sitios web que permite al cliente:

- acceso a sus datos retenidos por la Empresa;
- corrección de datos incompletos, inexactos u obsoletos;
- anonimización, bloqueo o eliminación de sus datos que sean innecesarios, excesivos o procesados en violación de las disposiciones de la legislación;
- portabilidad de sus datos a otro proveedor de servicios o productos, previa solicitud expresa, de acuerdo con las regulaciones de la autoridad nacional, sujeto a la protección de secretos comerciales e industriales;
- supresión de sus datos personales, salvo en los casos previstos en la legislación aplicable;
- información de las entidades públicas y privadas con las que la empresa compartió sus datos;
- información sobre la posibilidad de no dar el consentimiento y sobre las consecuencias de esta negativa;

- revisión de las decisiones tomadas únicamente sobre la base del tratamiento automatizado de datos personales que afecten a sus intereses;
- revocación del consentimiento (opt-out); y
- solicitamos a los clientes su consentimiento (opt-in), en los procesos aplicables, aclarando a los interesados sobre las condiciones generales de recolección, uso, almacenamiento y otras formas de tratamiento.

Minimización de la recolección y retención

Nuestras normas internas de datos y privacidad establecen que la recolección de datos personales debe seguir los principios de la Ley General de Protección de Datos Personales, como el principio de necesidad y finalidad, limitándose estrictamente a lo permitido de acuerdo con la legislación vigente y lo informado al titular.

Para minimizar la recopilación, también estipula que los datos que ya no son necesarios para lograr un propósito determinado o para cumplir con un requisito deben descartarse o anonimizarse.

Se realizará una revisión crítica al menos una vez al año, para garantizar que la información no exceda las especificaciones de retención.

Socios

Tenemos un proceso para aprobar socios que accederán o procesarán datos personales, sensibles o confidenciales, mediante el cual evaluamos los requisitos de seguridad y privacidad de la información requeridos por nuestro programa de gobernanza de la privacidad, en conformidad con las leyes aplicables y las mejores prácticas de gestión.

En la homologación, todos los socios también deben adoptar los Términos de Seguridad de la Información y Privacidad/ Tratamiento de Datos Personales y responsabilizarse en caso de que la información no tenga el tratamiento y cuidado adecuados relacionados con los controles de Seguridad de la Información y la Privacidad.

Los socios que no firman o que no cumplen con los requisitos son rechazados en el proceso de homologación.

También monitoreamos los riesgos cibernéticos de los principales socios cada seis meses.

Auditoría

Realizamos anualmente una auditoría externa independiente que evalúa los controles relacionados con los procesos de Gestión de Accesos, Gestión de Cambios y Gestión de Operaciones de Tecnologías de la Información (TI), ejecutados en los sistemas que apoyan los procesos de negocio.

El resultado de la evaluación genera un informe de recomendaciones de progreso que orienta la construcción de un plan de acción para abordar las mejoras.

A través de la auditoría interna, realizamos anualmente una evaluación de los principales riesgos corporativos, definimos en base a este documento el plan de auditoría interna para el año siguiente, según la gestión de riesgos de la empresa. Ambos materiales deben ser aprobados por el Comité de Auditoría y Gestión de Riesgos (CAGR) y compartidos por la Junta de Administración y el Consejo Fiscal.

Comunicación de incidentes de seguridad con datos personales

La Ley General de Protección de Datos de Brasil exige que cualquier incidente de seguridad que pueda implicar un riesgo o daño relevante para los titulares sea informado a la Autoridad Nacional de Protección de Datos (ANPD) y al titular.

En 2025, no hubo casos probados de pérdida de datos o violaciones de la privacidad recibidas de organismos reguladores u otros stakeholders.

Control de acceso

Nuestra Política de Seguridad de la Información determina que todos los entornos y sistemas deben contar con Matrices de Acceso, formalmente aprobadas por las áreas de negocio, que determinan las reglas y límites de acceso de cada colaborador, según su función.

A partir de las matrices, mantenemos una plataforma de gestión de identidades y accesos de los colaboradores y empresas asociadas que abarca los sistemas más relevantes y la gran mayoría de cuentas de acceso.

Adoptamos el principio de menor privilegio o "acceso de menor privilegio", un concepto en el que un usuario debe tener acceso solo a lo que es absolutamente necesario para desempeñar sus responsabilidades, lo que aumenta el control en la protección de los flujos de información.

Concientización

Contamos con un programa corporativo enfocado a la educación y concientización de los colaboradores en seguridad de la información, el cual cuenta con varias acciones:

- **Cyber Week:** semana anual con eventos y comunicaciones sobre el tema, llegando a más de 1200 espectadores.
- **Programa de Seguridad de la Información y Protección de Datos:** formación obligatoria en la Universidad Renner sobre Seguridad de la Información (IS), Concientización sobre el Phishing, Ley General de Protección de Datos (LGPD), Prevención del Lavado de Dinero y Lucha contra la Financiación del Terrorismo y Prevención de Pérdidas. Al final, el colaborador debe alcanzar una calificación mínima para completar la capacitación. En 2025, el 87 % de los colaboradores fueron capacitados por el programa.
- **Campañas educativas:** sobre temas como cuidado de contraseñas, crímenes cibernéticos, clasificación de la información y protección de datos, entre otros.
- **Miniserie de SI del Escuadrón de Encantamiento:** ocho episodios anuales de dibujos animados, con personajes creados a partir de la identidad de las propuestas de valor de

la empresa, con historias lúdicas y divertidas sobre el cuidado de la seguridad. Hubo decenas de miles de visitas y la serie fue premiada en 2023 por Aberje como la mejor campaña de concientización sobre Seguridad y Cumplimiento en la Región Sur.

- **SI INFORMA:** notificaciones corporativas para todos los colaboradores sobre alertas, atención, cambios de procesos y situaciones de riesgo.
- **Phishing simulado:** 22 campañas en 2025, con simulaciones de fraude electrónico (phishing), en las que se invitó a los profesionales que fallaron en la simulación a realizar la capacitación de concientización de phishing, cuyo enfoque es qué es, cómo denunciar y cuál es la importancia de prevenir este tipo de ciberataques, así como los impactos que puede causar a la empresa. Los resultados se informan y deliberan mensualmente en el Comité Corporativo del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI).
- **Bienvenida:** cada nuevo colaborador pasa por una etapa de bienvenida de seguridad, donde le instruimos sobre la formación obligatoria, las precauciones generales de seguridad, participa de gamificaciones y aprende cómo proceder en situaciones de riesgo.
- **DevSecOps:** nuestras líneas de desarrollo incluyen procesos, herramientas y capacitación de nuestros desarrolladores para realizar seguridad por diseño, además de contar con algunos propagadores de la cultura de seguridad, como Security Champs.
- **WorkPlace:** publicaciones periódicas de consejos de seguridad para nuestros colaboradores.
- **Reuniones con áreas de negocio:** El equipo de SI y Protección de Datos participó en reuniones de áreas, incluso con colaboradores que actuaron como puntos focales de las tiendas, para transmitir información sobre prevención, inquietudes y otros asuntos relacionados con el tema de SI, privacidad, política de seguridad, política de privacidad, procesos de certificación y mejores prácticas y conducta relacionada con SI y privacidad.
- **Security Champions:** capacitación lanzada en 2025 dirigida a desarrolladores para formarse como guardianes y difusores de la cultura de seguridad de la información en sus proyectos y áreas.

Informe de riesgos

Nuestra Política de Seguridad de la Información establece que todos los colaboradores tienen la responsabilidad de informar los riesgos, vulnerabilidades e incidentes al equipo de Seguridad de la Información y proporciona dos canales de email para ello.

Sanciones

Las violaciones de la Política y Normas en materia de Seguridad de la Información y Protección de Datos Personales pueden dar lugar a sanciones disciplinarias, incluida la advertencia, la suspensión o la rescisión inmediata de un contrato de trabajo, que serán definidas y aplicadas por el área de Personas.

En el caso de los socios, las violaciones de la Política y las cláusulas de seguridad de la información previstas en el contrato pueden causar desde advertencias hasta la cancelación del contrato y la aplicación de las sanciones aplicables de acuerdo con la Ley.

Ética y combate a la corrupción

GRI 2-24 | 205-2 | 205-3

Contamos con un [Código de Conducta](#) y una [Política Anticorrupción](#), en portugués, inglés y español, que establecen los principios de ética, integridad y compromiso para prevenir y combatir la corrupción para colaboradores, socios y terceros.

El área corporativa de Compliance, a través del Programa de Compliance, es el órgano ejecutivo responsable de velar por el cumplimiento de las políticas y su continua actualización y revisión para asegurar su efectividad.

Todos los colaboradores participan de capacitaciones de ética y combate a la corrupción.

Relación con agentes públicos

Los colaboradores y proveedores que tienen poder para actuar en nombre de la empresa reciben documentos de orientación en caso de que haya alguna interacción con un agente público: Política Anticorrupción, Código de Conducta, [Política de Compliance](#) y Normas de Relaciones con Agentes Públicos.

Cuando hay alguna denuncia relacionada con el tema de la corrupción, se llama al comité específico para que se ocupe de ella.

Análisis de integridad

Para todas las nuevas relaciones comerciales con proveedores y con organizaciones que pueden ser patrocinadas, llevamos a cabo un análisis de integridad comercial.

Las listas restrictivas, los procesos en los que las partes están involucradas, si algún socio es una persona políticamente expuesta y las noticias negativas en los medios que citan casos de corrupción o que son de riesgo potencial de imagen se evalúan a través de fuentes públicas.

De acuerdo con la categoría del proveedor, algunos también deben completar una evaluación de compliance en la que la empresa debe informar si:

- tendrá alguna interacción con agentes públicos;
- tiene directrices y orientaciones claras sobre la conducta que sus empleados deben adoptar al interactuar con agentes públicos.
- tiene un programa de cumplimiento/ integridad o prácticas anticorrupción, cuyo objetivo es detectar y resolver desviaciones,

fraudes, irregularidades y actos ilícitos practicados contra la administración pública, nacional o extranjera;

- declara si algún socio, accionista mayoritario, miembro de la Junta o empleado de la gerencia (director, empleado de alto rango o representante) está o ha estado registrado en la lista de personas políticamente expuestas; y
- declara si la empresa que se contratará y/o sus socios alguna vez han sido citados, imputados, formalmente acusados o están bajo investigación oficial por una autoridad gubernamental competente o si fueron condenados por una autoridad judicial competente por cualquier tipo de delito.

Los proveedores clasificados como de alto riesgo se mantienen bajo monitoreo en caso de que haya algún cambio en el escenario analizado.

Más información (+)

Acceda a las [Normas del Programa de Cumplimiento de Lojas Renner S.A.](#) para obtener más información sobre el monitoreo de proveedores.

Conflictos de intereses

GRI 2-15

La Junta de Administración supervisa los casos de posible conflicto de intereses en transacciones con partes relacionadas que involucran a miembros de la alta dirección.

Los miembros que se encuentren en un posible conflicto de intereses en el proceso de negociación y aprobación de transacciones con partes relacionadas deben:

- presentar una declaración de impedimento a la Junta de Administración, al Directorio Estatutario o a la Asamblea General, según sea el caso, con una descripción del alcance del conflicto; y
- abstenerse de participar en las discusiones, dejar de tener acceso a cualquier información confidencial relacionada y no tener ninguna influencia en la decisión de la empresa, incluida la abstención de votar en una reunión de la Junta de Administración, el Directorio Estatutario o en una Asamblea General.

La declaración debe constar en el acta de la reunión o de la Asamblea que resuelva la transacción con la parte relacionada.



Marketing responsable

GRI 2-24

Compromiso

Estamos comprometidos con ofrecer nuestros productos y servicios de forma responsable para proporcionar a nuestros clientes una venta ética y responsable, bajo la gestión del Compliance Corporativo.

Todos los colaboradores son capacitados sobre nuestro **Código de Conducta**, que establece los principios para una oferta responsable, que incluyen:

- Presentar información correcta, precisa, justa y equilibrada sobre la empresa, los productos y servicios.
- Garantizar una oferta ética y transparente, identificando la necesidad del cliente y presentando claramente las condiciones de venta.
- Cuidar la transparencia, informando adecuadamente sobre la sostenibilidad, sin sobrestimar nuestras acciones sobre el tema.
- Promover prácticas competitivas éticas, con orientaciones especiales para el equipo de marketing.
- Prohibir la realización o la autorización de cualquier comunicación engañosa, abusiva, discriminatoria que incite a la violencia, explote el miedo, se aproveche de la fragilidad

de los grupos vulnerables (por ejemplo, niños, personas que no entienden los términos técnicos del sector, etc.), falte al respeto a los valores ambientales o induzca al público a comportarse de una manera perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad.

Además del Código de Conducta, también se llevan a cabo otras capacitaciones para incentivar un enfoque comercial ético y responsable. Estas capacitaciones son: Bienvenida a nuevos colaboradores, Formación continua (equipo de ventas) y Formación de líderes y sucesores. Estas capacitaciones son obligatorias y se centran en el desarrollo técnico y de comportamiento de los equipos.

Finalmente, observamos el respeto de todas las leyes, reglamentos y directrices del Banco Central de Brasil (Bacen) y los códigos de autorregulación de ABECES (Asociación Brasileña de Empresas de Tarjetas de Crédito y Servicios) y ACREFI (Asociación Nacional de Instituciones de Crédito, Financiamiento e Inversión), a las que estamos asociados voluntariamente.

Crédito responsable

Para apoyar de manera saludable y sostenible la capacidad financiera de nuestros clientes, estamos comprometidos con una oferta financiera responsable.

En Realize, nuestros colaboradores son capacitados y se comprometen con un viaje de crédito responsable, alineado con nuestro objetivo de mitigar los riesgos de un enfoque comercial injusto, a través de varias acciones:

- Camino de contenido de la Universidad de Renner.
- Capacitación presencial en las tiendas.
- Workshop sobre el papel del sector financiero, con expertos, para los líderes de Realize.
- **Capacitación Acelera:** incluye a todos los colaboradores de las tiendas que venden productos financieros sobre los atributos y características de cada uno de ellos, con un capítulo específico que trata claramente los temas de calidad y ética en ventas —con videos de los discursos de los directores y otros líderes sobre este tema—, que aporta los conocimientos necesarios para una venta alineada con nuestra propuesta de valor.

Conformidad

- Supervisamos el cumplimiento de las tiendas con las políticas, normas y manuales para ofrecer productos financieros a los clientes de acuerdo con nuestros compromisos de oferta responsable:
- Contacto activo con clientes: seleccionamos clientes aleatoriamente y realizamos llamadas (que son grabadas) para evaluar si el cliente conocía la contratación de los productos financieros y estaba informado de todas las condiciones, para identificar posibles fallas en la oferta.
- Seguimiento e identificación de no conformidades: desde el Canal de Denuncias, la Defensoría, Reclame Aquí y las redes sociales de la empresa, de posibles casos de no conformidad relacionados con marketing responsable.
- Evaluación del cumplimiento: el área de Calidad de Productos Financieros solicita a las tiendas documentos relacionados con la contratación de productos financieros, seleccionados al azar, que deben enviarse para la evaluación de la conformidad.
- Cuando se encuentran prácticas que condujeron al cliente a un error, el área de Calidad investiga el caso, el área de Prevención de Pérdidas investiga el historial de ventas del colaborador y, si se identifica un acto deliberadamente contrario a los principios, el colaborador involucrado es descalificado en las campañas de incentivos que generan bonificaciones.

- Campaña de incentivos responsable: prevemos en la normativa la importancia de vender con calidad y penalizaciones en caso de no conformidades identificadas en el seguimiento realizado por el área de calidad. El premio solo es elegible para líderes si la tienda mantiene un puntaje de calidad superior al 90 %. Para los colaboradores, cuando hay dos indicaciones de venta/procedimiento incorrecto, se los descalifica de la campaña.

En 2025, monitoreamos los documentos y las llamadas de los clientes, de acuerdo con nuestras políticas y normas, para evaluar la habilitación del colaborador para el incentivo de ventas.

Los casos generados por errores de comprensión generan acciones de capacitación específicas. Si se identifica una tienda o región infractora con varios casos de incumplimiento, se lleva a cabo una capacitación intensiva para corregir las desviaciones.

Todos los datos de las conclusiones de las evaluaciones de calidad se divulgan en Dashquality, un panel de monitoreo de indicadores supervisado mensualmente por el equipo de Calidad de Productos Financieros.



Buenas prácticas de compra

Reconocemos nuestra responsabilidad de apoyar el logro de las condiciones necesarias para la innovación y la mejora continua y para el pago de salarios justos en nuestra cadena de suministro. Además, continuamos avanzando en prácticas de compra responsables, que son fundamentales para apoyar la sostenibilidad de nuestros proveedores:

- **Política interna:** establece los criterios para la selección de proveedores y determina los lineamientos de suministro para apoyar la ejecución de la estrategia de la empresa y asegurar el suministro por medio de buenas prácticas de compra, además de mitigar riesgos.
- La política se revisa periódicamente, teniendo en cuenta las mejores prácticas del mercado y evitando posibles conflictos con los requisitos de sostenibilidad y ESG.
- **Estrategias y enfoques en la negociación:** determinamos que se deben utilizar estrategias dirigidas al mejor equilibrio en la relación entre la empresa, la cadena de suministro y el cliente, llevadas a cabo de manera clara y transparente, buscando una relación de asociación con los proveedores.
- Contamos con directrices que orientan sobre la realización de negociaciones claras, para buscar la transparencia en las transacciones y permitir el pago de una remuneración justa a los trabajadores de la cadena de suministro.
- **Plazos de entrega y cambios de pedidos:** deben acordarse considerando la capacidad productiva de cada proveedor para evitar la sobrecarga de trabajo y posibles violaciones de otros derechos humanos.
- **Condiciones de pago:** se establecen y cumplen formalmente para apoyar la previsibilidad financiera del proveedor y la generación de condiciones adecuadas para el pago de salarios justos, con un compromiso de pago de hasta 95 días para proveedores nacionales y 60 días para proveedores internacionales, con un promedio de 95 días después de la entrega. Además, los proveedores pueden solicitar pagos por adelantado, sujetos a la validación de la empresa.
- **Dependencia:** el equipo de sourcing monitorea los niveles de dependencia de los proveedores para respetar los límites establecidos en la Política.
- **Reuniones estratégicas:** realizadas con proveedores estratégicos, siempre alineadas con las áreas de negocio, para dar mayor visibilidad al plan de compras, las contrapartidas requeridas, oportunidades de mejora y seguimiento de planes de acción, entre otros temas relevantes.
- **Capacitación a compradores (buyers):** los equipos son continuamente capacitados en buenas prácticas y la estrategia de Moda responsable 2030, para que puedan tomar decisiones alineadas con nuestras políticas, valores y objetivos. También se los orienta para que prioricen las compras a proveedores con buenas prácticas de cumplimiento, definidas por el desempeño avanzado, las calificaciones de las auditorías y el monitoreo socioambiental.
- **Desarrollo:** Además, contamos con varias iniciativas para apoyar el desarrollo de nuestros proveedores.

Gestión tributaria

GRI 207-1

Nuestra **Política fiscal** establece los lineamientos generales y las reglas de conducta fiscal que debe observar Lojas Renner S.A. y sus subsidiarias, relacionadas con las responsabilidades fiscales y tributarias, en Brasil y en el extranjero, y los principios y compromisos de la empresa en la gestión de su estrategia fiscal y tributaria:

- Cumplir las leyes y normativas fiscales de los países en los que operamos.
- No transferir la generación de valor a jurisdicciones tributarias favorecidas.
- No usar estructuras fiscales sin sustancia y propósito comercial.
- Cumplir con la legislación de precios de transferencia.
- No utilizar jurisdicciones con tributación favorecida con fines de evasión fiscal.
- Obtener la aprobación de la política fiscal por la Junta de Administración.

Adoptamos prácticas de optimización fiscal, siempre teniendo en cuenta lo que establece la legislación o jurisprudencia reciente. Las prácticas deben ser aprobadas por nuestro Comité Fiscal y deben informarse al Comité de Auditoría y Gestión de Riesgos. Las decisiones que impliquen montos significativos deben estar respaldadas por al menos dos dictámenes jurídicos externos.

El Comité Tributario está compuesto por los líderes de las áreas de Administración Financiera e IR, Contraloría, Legal, Gestión Tributaria y Contabilidad de la empresa y se reúne de forma ordinaria una vez al mes.

El Comité, a su vez, se reúne bimestralmente con la Junta de Administración y también informa sobre la eficacia y el cumplimiento en la aplicación de la política fiscal.

En 2025, distribuimos BRL 8,7 mil millones de valor agregado en forma de impuestos.

Reforma tributaria

Operamos, a través de asociaciones sectoriales de las que somos miembros (Instituto de Desenvolvimento do Varejo - IDV, Associação Brasileira do Varejo Têxtil - ABVTEX, entre otras) en el debate sobre temas relevantes para el contexto fiscal, como la reforma fiscal brasileña y la fiscalidad en operaciones transfronterizas, realizadas mediante plataformas digitales.

En total, asignamos BRL 359 900 a estas asociaciones, en forma de cuota de asociación.

En 2025, estuvimos atentos a las transformaciones legales y regulatorias que afectan a nuestro sector. En consonancia con nuestro compromiso con la transparencia y el cumplimiento, buscamos comprender y apoyar los temas esenciales de la legislación y los acuerdos que están dando forma al panorama fiscal y económico del país.

Entre las importantes iniciativas en las que estamos involucrados, destacamos la Ley Complementaria 227/26 (resultante de la conversión en Ley del PLP 108/24), así como toda la normativa relacionada con la Reforma del Impuesto al Consumo, en particular, las Notas Técnicas y la Reforma del Impuesto a la Renta (Ley 15.270/25).

Nuestro compromiso con estos temas refleja la búsqueda continua de un entorno empresarial más transparente, ético y regulado con el fin de garantizar la seguridad jurídica y la sostenibilidad de nuestras operaciones.

Derechos humanos

GRI 2-23 | 2-24 | 2-25 | 2-26 | SASB CG-AA-430B.3 | CG-AA-440A.3

Para garantizar nuestro compromiso con la preservación y el respeto de los derechos humanos, el tema se trata de manera transversal a nuestra estrategia de sostenibilidad, se correlaciona con los compromisos públicos y guía nuestra relación con los colaboradores, los clientes, los proveedores y la sociedad.

En este sentido, trabajamos cada año para evolucionar el camino de la gobernanza y gestión de los derechos humanos en nuestros procesos.

Gestión de los derechos humanos

Junta de Administración

Presidente del Comité de Sostenibilidad
Christiane Almeida Edington

Presidente del Comité de Personas
Carlos Fernando Couto de Oliveira Souto

Directorio Ejecutivo

**Vicepresidente de Gente,
Sostenibilidad y Relaciones Institucionales**
Regina Frederico Durante

Además del Comité de Ética y Compliance, contamos con una gobernanza de derechos humanos asignada al área de Sostenibilidad, compartida con las áreas que trabajan con temas relacionados con los derechos humanos, enfocada en articular las acciones necesarias para mitigar y tratar los riesgos.

Nuestro proceso de diligencia debida, que se actualizó por última vez en 2022, se rige por la metodología Ruggie Framework aprobada por la ONU. Como guía para nuestra relación con los stakeholders, tenemos una [Política de Derechos Humanos](#), publicada en 2020, así como el [Código de Conducta para Colaboradores](#) y el [Código de Conducta para Socios](#).

El proceso de debida diligencia, respaldado por una consultoría externa especializada, consideró los posibles riesgos de la fase de producción de materias primas, de la cadena de suministro a las operaciones propias, y el uso de productos y servicios (que cubren el 100 % de las operaciones y proveedores de Tier 1 y Tier 1 extendido).

El resultado es una matriz de riesgos de impacto en los derechos humanos, por

tema y por titular del derecho afectado, y recomendaciones de avance para mitigar los riesgos y generar oportunidades en cada tema. Conectados con todos los fundamentos de la debida diligencia, nuestros compromisos públicos abordan acciones para mitigar los riesgos de violaciones de derechos humanos definidos en la matriz.

En los últimos tres años, del total de riesgos identificados, el 100 % ya tiene implementadas negociaciones de mitigación.

Riesgos prioritarios Gestión adecuada

Identificamos los siguientes temas como riesgos prioritarios para los cuales ya contamos con acciones sólidas de mitigación y remediación:

- Discriminación y acoso.
- Condiciones de trabajo en la cadena de suministro y materia prima.
- Daños a la salud mental de los colaboradores.
- Trabajo forzoso e infantil en la cadena de suministro.

- Daños al medio ambiente en toda la cadena.
- Degradación ambiental y contaminación en la cadena agrícola.
- Remuneración desigual.

En 2025, hubo 380 denuncias con cierto grado de fundamento, con los tres temas principales relacionados con los derechos humanos: acoso moral (299), discriminación (58) y acoso sexual (58).

Las principales acciones correctivas fueron: advertencia verbal, despido, monitoreo, capacitación y traslado de área o unidad.

Áreas de progreso

Para 2025, trabajamos con squads para implementar nuevos procesos en los riesgos donde creemos que hay margen de mejora en la mitigación.

Al analizar los procesos de mitigación de los nueve riesgos prioritarios (Tier 1), entendimos que la Seguridad del Producto y el Enfoque Comercial Desleal necesitaban avanzar, por lo que invertimos tiempo y reunimos a los equipos involucrados para implementar mejoras en los procesos.

Haga clic en cada uno de ellos para ir al contenido donde presentamos nuestra gestión:

- [Seguridad del producto en relación con el uso de productos químicos en el proceso de producción.](#)
- [Enfoque comercial desleal que genera desinformación, ventas inadecuadas o incentivo a compras excesivas.](#)

En cuanto a otros dos riesgos prioritarios identificados como áreas de progreso, hemos estado estudiando los impactos y oportunidades para el año siguiente para buscar avances:

- Daños a la integridad física de los conductores entregadores.
- Trabajo precario en los sellers y entregadores.

En 2024, realizamos un nuevo análisis de brechas de derechos humanos de acuerdo con los Principios Rectores de las Naciones Unidas para las Empresas y los Derechos Humanos (UNGP) en comparación con el análisis anterior realizado en 2020.

Desde que llevamos a cabo nuestra primera diligencia debida, en 2019, hemos avanzado en todos los criterios de evaluación de acuerdo con los UNGP, lo que demuestra hasta qué punto el trabajo de gobernanza de los squads de derechos humanos ha permitido la participación de equipos de diferentes áreas y el fortalecimiento de la cultura de respeto por los derechos humanos.

A partir del análisis, definimos los principales puntos de trabajo para, en 2025, ampliar nuestro desempeño en sensibilización, sistematización, transparencia y receptividad sobre el tema.

Compromiso y concientización

Promovemos el compromiso de nuestros colaboradores y proveedores con nuestro Código de Conducta, así como una agenda continua de formación en la Universidad Renner y comunicaciones sobre derechos humanos a nuestros colaboradores, en todos los niveles jerárquicos, y a toda nuestra cadena de proveedores de reventa directa, abordando las diferentes cuestiones relacionadas con los riesgos identificados en la diligencia debida.

Remediación

Para cada violación, tenemos un nivel de tratamiento diferente, que abarca acciones para promover el respeto de los derechos humanos.

Para los casos de violaciones relacionadas con los derechos humanos en nuestra cadena de suministro, aplicamos nuestra política de consecuencias del Área de Cumplimiento de Proveedores, que prevé desde una advertencia hasta la exclusión inmediata de la cadena, con rescisión del contrato. Además, los posibles impactos del incumplimiento se subsanan de acuerdo con las definiciones de un comité específico que se crea para cada caso.

En situaciones identificadas como fundamentadas en nuestro Canal de Denuncias, el caso es investigado, analizado y derivado, de acuerdo con un procedimiento interno, a un comité que define un plan de acción específico para cada caso, que puede incluir capacitación, cambios de procesos, reubicación de personal, apoyo psicológico/social/financiero u otras medidas, de acuerdo con las necesidades de cada caso.

Para prevenir y mitigar casos que puedan involucrar un enfoque comercial inadecuado, contamos con un proceso de calidad y posventa de servicios financieros que verifica que la venta siguió los principios de un enfoque comercial justo y fue adecuada, y, cuando es necesario, actuamos para resolver posibles procesos de ofertas y retroalimentamos el sistema comercial y los objetivos de ventas de los equipos.

Diálogo

Además del canal de denuncia y los diversos contactos directos en el día a día con nuestros stakeholders, cualquier persona puede ponerse en contacto con el equipo responsable de derechos humanos de la empresa para hacer preguntas o solicitar orientación por e-mail:

sustentabilidade@lojasrenner.com.br.

Gestión del capital humano

Nuestro talento y cultura son el pilar fundamental para ejecutar nuestra estrategia y modelo de negocio. Las personas comprometidas encantan a los clientes. Los clientes encantados son clientes fieles. Los clientes fieles generan resultados consistentes y sostenibles.

Alineación estratégica

Desde hace más de 20 años, realizamos la alineación estratégica de la empresa anualmente, con una revisión semestral.

La alta dirección de la empresa participa en esta construcción, con el apoyo de una consultoría externa, para la revisión del Propósito y Propuesta de Valor de la Empresa y los negocios y un análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para alcanzar los principales objetivos estratégicos.

Modelo de gestión

Orienta la construcción y difusión de la estrategia de negocio para la alineación de los objetivos de la empresa de acuerdo con nuestra misión y valores, promoviendo un ciclo de progresión profesional e identificación de necesidades técnicas y habilidades de desarrollo.

Convención de líderes

Nuestro rito de liderazgo y desarrollo de la cultura para el desarrollo y la integración de los ejecutivos en relación con los pilares estratégicos.

Reuniones de resultados (RMR)

Promovidas mensualmente en las gerencias para alinear la comprensión de la estrategia, compartir logros y desafíos y comprometer a los colaboradores en la elaboración de planes de acción.

Reunión trimestral de resultados (RTR)

El mismo público que las RMR, además de los gerentes sénior, se aborda el progreso en los pilares estratégicos del semestre/año y se trae a un orador invitado para discutir un tema estratégico.

Comité Estratégico

Vinculado a la Junta de Administración, se reúne al menos cuatro veces al año para monitorear la ejecución de los planes y proyectos estratégicos y revisar las inversiones, acompañando de cerca la ejecución de la estrategia.

Magia

Programación continua de ritos de cultura para implementar desdoblamiento del contenido de la Convención, difundiendo en cascada la estrategia a todos los colaboradores, fortaleciendo la alineación y el apoyo de la filosofía y la cultura.

Cultura

A partir de un diagnóstico realizado en 2021, creamos el proyecto de cultura para interiorizar y acelerar comportamientos y creencias clave que impulsen la estrategia empresarial y promuevan el rescate de nuestra esencia.

Charla con el Directorio

Conversación en línea trimestral con los directores

Café con el Directorio

Reuniones mensuales presenciales y en línea con hasta 15 colaboradores

Colaboradores destacados del semestre

Evento de reconocimiento de los colaboradores destacados del programa Cliente Oculto

Días especiales

Pet day (semestral), Día de los Fuzarkas (día del niño) y Fashion Day (mensual)

Historias de encanto

Premios y reconocimientos a historias que sucedieron en las tiendas

Trayectoria

Evento semestral en la sede para reconocer a los colaboradores con 10 a 35 años en la empresa

Día del Encanto

En los días previos a las grandes fechas de venta al por menor, los colaboradores del área administrativa pueden inscribirse para visitar una tienda, vivir el negocio, aprender de sus colegas y tener contacto directo con nuestros clientes

Balance

Conversaciones individuales y colectivas con equipos para organizar acuerdos de bienestar funcional y un entorno de confianza entre todos

People analytics

Nuestra área de People Analytics, que cuenta con un equipo de analistas e ingenieros de datos dedicados, es una parte clave para impulsar la cultura de datos, mejorar la toma de decisiones e impactar en los indicadores estratégicos de personas, agregando valor al recorrido de la relación con los colaboradores.

Aplicando una gama de datos, análisis e información técnica, el área es responsable del proceso de recopilación y procesamiento de datos, generación de KPI estratégicos, cumplimiento, benchmarks de mercado, equipar a los centros de expertise e business partners con ese contenido, buscando la evolución en pilares relevantes para la gestión de personas:

- **Medir el desempeño:** análisis integrados de desempeño, potencial y preparación, considerando evaluaciones de competencias, la matriz 9 Box, mapas de sucesión y movimientos internos. Contamos con un algoritmo de méritos y promociones que consolida múltiples variables y criterios para apoyar decisiones más consistentes.
- **Planificación de la fuerza laboral:** dimensionamiento y planificación del equipo a través de análisis que combinan datos de desvinculación, rendimiento, productividad y benchmarks mediante el uso de modelos predictivos para anticipar los riesgos y respaldar las decisiones de asignación de personas.
- **Retención y experiencia de los colaboradores:** análisis integrado de los resultados de la encuesta de compromiso, de la investigación Pulso, indicadores de rotación e información de las entrevistas de desvinculación, para apoyar las decisiones y las orientaciones según las realidades locales.

- **Identificación de brechas de competencias:** a partir de los indicadores analizados en las dos etapas anteriores, mapeamos posibles habilidades y posiciones críticas para los próximos años de la organización, apoyando la identificación de necesidades de desarrollo y reclutamiento.
- **Reclutamiento y selección:** calculamos las tasas de productividad y la capacidad de reclutamiento y selección y utilizamos análisis de datos en la selección de candidatos, utilizando inteligencia artificial para aumentar la eficiencia de estos procesos.
- **Inteligencia competitiva:** analizamos datos internos y benchmarks de remuneración, beneficios y estrategias de employer branding para adaptar la gestión de personas a las tendencias, asegurando una mayor competitividad en la atracción y retención del talento.
- **Análisis de redes organizacionales:** evaluamos la fluidez y eficacia de la comunicación, información y toma de decisiones en la empresa. La tecnología está alineada con las mejores prácticas del mercado, como el uso de Databricks, que permite realizar toda la parte de ingeniería y ciencia de datos, así como Power BI, que permite generar informes y paneles para el análisis, según las directrices de gobernanza y ética de datos.
- **Nómina y servicios al colaborador:** actuación analítica en el proceso de la nómina, con dashboards y análisis que cubren todo el proceso, reducen los riesgos operativos y contribuyen a “encantar” a los colaboradores.

La tecnología es un habilitador fundamental en este viaje. Utilizamos plataformas alineadas con las mejores prácticas del mercado, siempre respetando estrictamente los lineamientos de gobernanza, seguridad y ética en el uso de datos, que reducen a tres días hábiles el proceso de cierre de indicadores proporcionado por el área.



Carrera y desarrollo

Evaluación de competencias

Nuestro Ciclo de Carrera comienza con la **evaluación de competencias**, que se realiza anualmente para los líderes y semestralmente para los colaboradores, **cubriendo el 100 % de nuestro equipo de Lojas Renner S.A.** (90° para los colaboradores y 360° para los ejecutivos). A partir del cargo de Especialista, la evaluación da como resultado una remuneración variable y a partir del Gerente Sénior (0,7 % del total de colaboradores), incluimos la compensación en forma de acciones.

Desde 2022, también ofrecemos ciclos opcionales de evaluación de competencias cada tres meses, entre los ciclos obligatorios.

Paralelamente, fomentamos la práctica del **feedback continuo** como una poderosa herramienta de desarrollo que debe usarse siempre que sea necesario, independientemente de los ciclos de evaluación de competencias formales u opcionales, así como las conversaciones sobre la carrera.

Todo esto se hace a través de un sistema de carrera y desarrollo en línea y accesible desde

dispositivos móviles, en el que todos pueden acceder y ajustar sus PDI, asegurando una alineación continua y frecuente de expectativas y entregas. En 2025, implementamos el uso de IA en la plataforma, ayudando al colaborador a conectar las brechas de evaluación de habilidades con las acciones de desarrollo.

Para los puestos de liderazgo, además de la evaluación de competencias, tenemos la **evaluación de potencial**, que mide la agilidad de aprendizaje y la ambición y motivación de los profesionales. Registramos esta información en el sistema de carrera en una matriz 9 Box, cruzando en un eje el desempeño y, en el otro eje, la nota final de la evaluación de potencial.

El resultado de estas matrices se discute en **comités de calibración** (Comité de Gente) en los que participan líderes y RR. HH., que constituyen uno de los principales momentos de discusión profesional de los talentos de la empresa.

Este momento amplía la visibilidad de los profesionales y les permite dirigir los PDI de los líderes según su posicionamiento en esta matriz.





Calibración y sucesión

Nuestro Programa de Sucesión, creado en 2007, garantiza la preparación de líderes para acompañar los desafíos del negocio.

El proceso comienza con la identificación de quiénes son los talentos (alto desempeño y alto potencial) entre nuestros empleados, a través de reuniones de calibración, como se describió anteriormente.

Después de las calibraciones, una vez identificado quiénes son nuestros talentos, realizamos las reuniones de sucesión, mapeando todos los puestos por encima de Gerente.

Y finalmente, para los cargos de directores, tenemos un Comité de Sucesión del Directorio, creado en 2009 y formado por todos los directores que validan los mapas previamente construidos con los respectivos ocupantes de estos cargos, sus líderes y el área de G&S.

En estas reuniones, construimos el **Mapa de Sucesión**, mediante el cual identificamos posibles sucesores para cada puesto y su preparación: listo ahora, listo en 0 a 1 año y listo en 1 a 3 años; y definimos un plan de desarrollo estructurado para acelerar la preparación de los ejecutivos.

Las acciones de desarrollo se planifican con el ejecutivo, el gestor y un profesional de la Vicepresidencia de Gente, Sostenibilidad y Relaciones Institucionales, y se monitorean periódicamente.

También tenemos objetivos de sucesión, tanto considerando el grupo de talentos de la empresa listos para asumir puestos más complejos, como objetivos individuales de los ejecutivos, con el objetivo de garantizar que cada puesto tenga sucesores preparados para asumir.

Entre las acciones de aceleración de carrera, contamos con un portafolio dentro del **Programa Voa Talento**, específico para el público de talentos, que brinda varias oportunidades de desarrollo.

Como resultado, en 2025, tuvimos:

- alto aprovechamiento interno de liderazgo, con el 62 % de los puestos vacantes ocupados por nuestros propios talentos;
- 100 % de efectividad en relación con el mapa de sucesión;
- retención del 93 % de los talentos detectados .

Para el cargo de Director Presidente de la empresa, también contamos con un plan de sucesión estructurado, que, desde 2007, tiene como objetivo identificar y desarrollar potenciales sucesores.

El Consejero Delegado y la Vicepresidencia de Personas, Sostenibilidad y Relaciones Institucionales informan periódicamente al Comité de Personas y Nombramientos y, posteriormente, al Consejo de Administración sobre el plan de sucesión.

Desarrollo de liderazgo

Promovemos acciones para acelerar y potenciar el desarrollo de habilidades de liderazgo:



Bora Líder y #comofaz: primer programa de liderazgo, enfocado en competencias esenciales de liderazgo y procesos de gestión de personas.



Liderança S.A. Renner, Escuela de Líderes de Camicado y Lidera Youcom: programas enfocados en mejorar las habilidades estratégicas para el futuro de nuestro negocio. En 2025, ampliamos el programa con el lanzamiento de la [**Academia de Liderazgo Plural**](#).



Voa Talento: cartera completa de acciones de desarrollo, con el objetivo de acelerar la preparación de los profesionales en los mapas de sucesión, como coaching ejecutivo, programa de mentoring, formación ejecutiva, formación en liderazgo negro, academia de liderazgo femenino, counseling, rotación laboral, assessment center, cursos externos, nacionales e internacionales.



Bienvenido Ejecutivo: programa de integración y vivencia en los negocios, así como aceleración de la cultura para nuevos socios.



Educación Ejecutiva: enfoque en el desarrollo de habilidades estratégicas con las universidades internacionales y nacionales más importantes.



Summit de la Junta de Administración LRSA: desde 2024, hemos celebrado una cumbre de actualización de habilidades del C-Level (CEO y su equipo directo) y de los Consejeros sobre estrategia a largo plazo y temas minoristas.

Trainee Transforma

Desde 1992, contamos con un programa de trainees abierto a candidatos externos e internos, que desarrolla y empodera a los futuros líderes identificados con nuestro negocio, filosofía y cultura.

A lo largo del programa, los aprendices deben desarrollar un proyecto relacionado con un desafío operativo, definido por el director de área, y someterse a un proceso de evaluación sólido, con evaluaciones quincenales continuas, evaluación de competencias, evaluación de calibración, evaluación de potencial y evaluación de trainees del Programa, con el objetivo de definir su talento y su futuro, durante los últimos tres meses del Programa.

El puesto de liderazgo más alto de la empresa es un reflejo del éxito del Programa: hace más de 25 años, nuestro Director Presidente, Fabio Faccio, era un trainee de Renner.

Actualmente el programa se divide en tres frentes:

- **Trainees de Supervisión y Gestión de tienda, dirigidos al público interno**, con una duración de dos y cuatro meses, respectivamente, seleccionan a los talentos que ya trabajan en la empresa para que sean supervisores y gerentes.
- **Trainees de Gerencia Externos, dirigido al público externo**, de 10 meses de duración, que capacitan a los gerentes de las tiendas.
- **Trainee de producto, dirigido a los públicos interno y externo**, con una duración de 10 meses, forma planner buyers e designers para el área de Producto.

Programas de desarrollo



Universidad Renner (UR)

Creada hace más de 20 años, la UR es una de las pioneras entre las **universidades corporativas** y siempre sigue innovando para dar cada vez más consistencia a la cultura del aprendizaje.

La plataforma funciona como una red de desarrollo social, disponible en todos los estados de Brasil y en los otros cinco países en los que estamos presentes, y es fundamental para acelerar nuestra transformación cultural y nuestra mentalidad empresarial ágil.

Con una base tecnológica moderna, la UR conecta contenido de cientos de proveedores para que el colaborador elija qué ver, aprovechar, comentar y compartir, además de tener: curadurías internas y externas, social learning, mentorías, tutorías, grupos de estudio, más de 300 caminos de contenido, caminos gamificados, experiencias inmersivas en 3D y recomendación de contenido por IA de acuerdo con el perfil y PDI del colaborador.

En este sentido, cada colaborador tiene tanto un papel activo en su aprendizaje como un rol de influencer, ya que puede crear curadurías, agregando contenido de otros portales a la plataforma, además de formar grupos y redes en la UR con total autonomía, haciendo que el proceso de desarrollo sea ligero e interesante.

Este sistema nos permite poner en práctica nuestro plan de desarrollo corporativo, asegurando el upskilling (desarrollo de nuevas habilidades o habilidades del futuro) y el reskilling (actualización de habilidades actuales) de habilidades asociadas a los drivers estratégicos y power skills necesarias para la ejecución de la estrategia y el ciclo de innovación y digitalización del negocio.

Hace siete años, la Universidad amplió y abrió el aprendizaje a públicos externos, con UR Sellers y Creators Labs, dirigido a influencers sociales, socios del ecosistema y proveedores.

En 2025, destacamos la trayectoria de la UR en: *Magia, Boas-Vindas, Match Realize, Talk de Encantamento* con Fábio Faccio, Workshop de Líder Guardián de la Cultura y Transforma Cultura de Moda, con la participación del 98 % de los colaboradores.

Encantech

Desde 2021, la **comunidad** ha reunido a nuestros profesionales de datos, digitales y tecnológicos para acelerar la creación de soluciones innovadoras y una cultura basada en datos destinada a deleitar a nuestros clientes omnicanal.

Apoyo a la formación

En 2025, continuamos con becas 100 % financiadas por Lojas Renner S.A. para obtener licencias de **Coursera** en cursos de tecnología y desarrollo de datos.

Incluimos en la cartera de apoyo a la formación dos programas del **Movimiento por la Equidad Racial (MOVER)**.

- **Programa Mover Hello:** una acción colectiva entre Mover y EF Education First dirigida a la cualificación y desarrollo profesional de personas negras, que cuenta con más de tres mil horas de contenido de estudio de inglés y actividades prácticas basadas tanto en las rutinas de trabajo como en la vida diaria.
- **Líderes del Futuro:** programa exclusivo en línea, en asociación con Instituto Four, destinado a capacitar a profesionales negros con habilidades esenciales de liderazgo y gestión.

Por último, ofrecemos una red de **alianzas con universidades para cursos de grado**, donde se otorgan descuentos en las matrículas y las mensualidades.

Instituto Lojas Renner

Trabajamos para transformar la vida de las mujeres y las comunidades a través de la moda.

Fundado en 2008, el [Instituto Lojas Renner](#) es una organización de la sociedad civil cuyo patrocinador es Lojas Renner S.A. y que opera en dos frentes estratégicos: la inclusión socioproductiva de las mujeres y la relación con las comunidades, haciendo aportes diversificados de recursos y articulando alianzas y conexiones que fortalecen las iniciativas.

Todas las iniciativas propietarias o apoyadas se informan en su totalidad en el [Informe anual del Instituto Lojas Renner](#), al que se puede acceder en la página de publicaciones del sitio web.

En total, el Instituto invirtió BRL 29,8 millones de recursos en el año, de los cuales BRL 3,6 millones provinieron de leyes de incentivos y los restantes BRL 26,2 millones de sus propios recursos.

En 2025, agregamos más de 220 000 beneficiarios directos y 90 000 beneficiarios indirectos en las 23 iniciativas (20 apoyadas y tres conducidas). Conozca más sobre nuestros frentes de acción y algunas de las siguientes iniciativas.

Inclusión socioproductiva de mujeres

Contribuimos a la entrada y permanencia de las mujeres en el mundo laboral, de forma digna, a través del emprendimiento o la empleabilidad en el ecosistema de la moda, tanto en el ámbito urbano como rural.

Nuestras inversiones estratégicas tienen como objetivo fortalecer el protagonismo femenino a través de un enfoque multidimensional, que integra la calificación técnica y digital, el desarrollo de habilidades socioemocionales y de liderazgo, la educación en derechos humanos, la protección social, la sostenibilidad y la ciudadanía.

De esta manera, contribuimos a superar las barreras estructurales que limitan la autonomía económica de las mujeres.

En 2025, actuamos a través de este frente para apoyar la **recuperación socioeconómica** de las mujeres en Rio Grande do Sul (RS) afectadas por las inundaciones de 2024 y otras iniciativas en nuestro país, a través de alianzas estratégicas que mejoraron el impacto social de las acciones del Instituto.

Recuperación socioeconómica de RS Varejo social

En 2025, realizamos la edición de Varejo Social en Rio Grande do Sul, una iniciativa que busca profesionalizar e impulsar bazares benéficos de organizaciones sociales como estrategia de fortalecimiento institucional y generación de ingresos.

La edición, financiada por el Gobierno del Estado a través de la Secretaría de Desarrollo Social, buscó apoyar la reanudación de las actividades de organizaciones impactadas por las inundaciones ocurridas en el estado en 2024.

En ella, combinamos calificación técnica, revitalización de espacios productivos y apoyo financiero para la reconstrucción física e institucional, con lo que contribuimos al fortalecimiento de organizaciones de apoyo a la población en situación de vulnerabilidad.

En total, participaron 23 organizaciones de asistencia social, ubicadas en 13 municipios, con una inversión de más de BRL 2 millones que benefició indirectamente a más de 7000 personas.



Gurias conectadas

Iniciativa del Instituto Lojas Renner en alianza con la Internet Society Foundation y el Centro de Integración Empresa - Escuela (CIEE-RS) que busca incluir digitalmente a mujeres jóvenes con acceso limitado a tecnologías digitales, en situación de vulnerabilidad social y que fueron afectadas por las inundaciones en RS en 2024.

La iniciativa amplió las oportunidades educativas y de inserción en el mundo laboral a través del desarrollo de habilidades técnicas y socioemocionales.

Durante el año, ofrecimos a las 220 mujeres beneficiadas:

- una beca de apoyo de BRL 450,00 al mes durante el período de formación;
- notebooks y materiales pedagógicos;
- apoyo con transporte y alimentos;
- seguimiento de las mujeres jóvenes después de la finalización del curso, con orientación y oportunidades de trabajo.

Linhas de recomeço

Realizada en asociación con Aliança Empreendedora, la iniciativa surgió como respuesta al contexto de reconstrucción en Rio Grande do Sul.

El proyecto se estructuró para ampliar el acceso a la capacitación en gestión, mercado y sostenibilidad para emprendedoras de costura, ofreciendo un ciclo de desarrollo completo.

Además de las capacitaciones, también ofrecemos apoyo financiero a las participantes.

Otro iniciativas apoyadas

Algodón agroecológico

Desde 2017, el programa fomenta el cultivo de algodón agroecológico, con el fin de aumentar los ingresos y mejorar las condiciones de vida y de trabajo de las comunidades rurales.

Para llevar a cabo el proyecto, el Instituto apoya a las organizaciones locales que monitorean y transfieren conocimientos a las familias productoras en la región semiárida de Minas Gerais y los estados del sertão del nordeste.

El programa fortalece el cultivo de algodón agroecológico en consorcios con otros cultivos alimentarios, promoviendo la seguridad alimentaria y la generación de ingresos en las comunidades rurales.

El cultivo de esta materia prima es un modelo de producción más sostenible, además de fortalecer el papel de la mujer en el campo y garantizar la seguridad alimentaria de toda la familia.

Desde su inicio, el programa ha beneficiado a unas 398 familias con la cosecha de algodón y ha generado un ingreso mensual promedio de BRL 6000.

Tech é com Elas

La iniciativa ofreció 160 horas de capacitación para el mercado laboral a mujeres jóvenes de la comunidad Bom Jesus, ubicada en Porto Alegre (RS), junto a la sede administrativa de la empresa.

La capacitación integró habilidades técnicas y herramientas digitales para fortalecer la autonomía y la autoestima.

Contó con apoyo psicosocial y experiencias prácticas, para combinan cualificación y empleabilidad, promoviendo el acceso concreto al trabajo formal y la transformación de la realidad local.

Empoderando Refugiadas

Iniciativa del Pacto Mundial de la ONU, en asociación con la Agencia de la ONU para los Refugiados (ACNUR) y ONU Mujeres, apoyada por el Instituto Lojas Renner, dirigida a la capacitación e inclusión de mujeres en situaciones de refugio en el mercado laboral brasileño.

El proyecto trabaja en dos frentes complementarios: preparar y calificar a las mujeres refugiadas para el acceso al empleo formal, a través de la capacitación técnica y el desarrollo de habilidades socioemocionales; y movilizar al sector privado, fomentando la inclusión de las mujeres refugiadas y conectando a las participantes con oportunidades de trabajo reales.

Además de la formación, la iniciativa promueve la aproximación directa entre las mujeres refugiadas y las empresas, permitiendo la participación en los procesos de selección y aumentando las posibilidades de contratación en el mercado formal.

En 2025, la iniciativa concluyó la 10ª edición, con el apoyo del Instituto Lojas Renner desde su creación.

En el año, Empoderando Refugiadas benefició a 275 mujeres directamente y 827 personas indirectamente, a través de cerca de mil horas de capacitación, con seis organizaciones de la sociedad civil. Además, 56 mujeres que participaron en el proyecto se integraron al mercado laboral formal.

Relación con las comunidades



Generar valor compartido y promover el bienestar colectivo son compromisos que guían nuestras acciones. Apoyamos organizaciones y acciones en los territorios con los que tenemos relaciones, reconociendo que el desarrollo social y local se basa en las relaciones, vínculos y capacidades existentes en las propias comunidades.

En este frente, el Instituto desarrolla acciones desde dos perspectivas:

Acciones recurrentes

Por medio de apoyo a las organizaciones sociales y las iniciativas locales, fomentamos la garantía de los derechos y el bienestar de las comunidades de manera continua y recurrente durante todo el año.

Emergencia

Apoyamos la respuesta de emergencia a situaciones de calamidad pública en todos los estados de Brasil.

Eventos destacados del año

Ampliamos nuestra actuación en el territorio, fortalecemos la gobernanza comunitaria y actuamos para consolidar modelos de acción recurrentes y escalables en los territorios con los que nos relacionamos:

- Estructuración de modelos de intervención continua, con mayor previsibilidad e integración entre frentes.
- Fortalecimiento de la autonomía de las organizaciones locales, ampliando su capacidad de gestión, articulación y protagonismo.
- Diversificación de los tipos de recursos invertidos, combinando capital financiero, apoyo técnico, movilización de voluntarios, donaciones no financieras y articulación institucional.
- Mayor vinculación entre el desarrollo territorial y las prioridades estratégicas de negocio.
- Integración de la arquitectura estratégica en los territorios para aumentar la capacidad de movilización, impacto social y compromiso.

A lo largo del año se realizaron 1152 horas de cualificación, beneficiando a más de 75 000 personas de forma indirecta y a 19 000 personas de forma directa, 15 100 de ellas mujeres.

Estas acciones refuerzan el compromiso con el fortalecimiento comunitario y el desarrollo social de las comunidades que nos rodean.

Compromiso social

Parte de los fondos recaudados por el Instituto para desarrollar su desempeño provienen de la participación de los clientes de Lojas Renner S.A.:

- **Campaña #TodosAvançamJuntas:** destina parte de los ingresos de Renner, Ashua, Youcom, Camicado y Realize al Instituto. En 2025, se recaudaron más de BRL 6,7 millones.
- **Troco Solidario:** desde 2021 incentivando a los clientes de Renner y Ashua a donar el cambio (troco, en portugués) de sus compras al Instituto.

Programa de voluntariado

El **Programa** tiene como objetivo conectar a los empleados de Lojas Renner S.A. con las iniciativas del Instituto, ampliando el impacto social en los frentes de inclusión socioproductiva de las mujeres y la relación con las comunidades.

La actuación voluntaria contribuye al desarrollo de las habilidades de los profesionales y al fortalecimiento de la cultura del encanto, reforzando nuestros valores.

En el Instituto Lojas Renner, el voluntariado se integra en los frentes de acción y potencia las iniciativas desarrolladas, aportando valor y permitiendo llegar a más personas.

En el año se realizaron 38 acciones y fueron beneficiadas más de 3900 personas, 875 voluntarios activos, donando más de 1700 horas.



Organizaciones apoyadas

GRI 2-28

Nuestras políticas y herramientas de gestión están guiadas por organizaciones reconocidas que apoyamos o con las que estamos asociados, que promueven el desarrollo del sector y la sostenibilidad corporativa, lo que nos permite ampliar nuestro aprendizaje y conectar nuestras prácticas con las mejores directrices y referencias disponibles:

Referencias

- » Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ONU)
- » Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos
- » Carta Internacional de Derechos Humanos de la ONU y sus instrumentos
- » Declaración Internacional de Derechos Humanos
- » Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos
- » Pacto Internacional sobre Derechos Humanos, Económicos, Sociales y Culturales
- » Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para Empresas Multinacionales
- » Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo

Iniciativas en las que participamos en la gestión

- » Comité Directivo de Compromiso con el Clima, que une empresas que desean apoyar proyectos socioambientales y fomentar una economía baja en carbono mediante una compensación conjunta de sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)
- » Comité de Sostenibilidad y Comité de Personas del Instituto para Desenvolvimento do Varejo (IDV) (miembros)
- » Comité Técnico de Relaciones Sindicales y de Trabajo de la Federación de Comercio de Bienes y Servicios del Estado de Rio Grande do Sul (FECOMÉRCIO - RS) (miembros)
- » Participamos en Grupos de Trabajo (GT) con enfoques específicos de la Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX): Consejo Director, Comité Gestor, Comité Jurídico, Comité Fiscal, GT de Proveedores, GT de Calidad y GT de Marketplace
- » Miembro del Grupo de Institutos y Fundaciones Empresariales (GIFE), a través del Instituto Lojas Renner

Iniciativas apoyadas de las que somos miembros

- » Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- » Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS)
- » Instituto Ethos
- » Better Cotton (BC), iniciativa global para cultivar algodón con menos impacto
- » Textile Exchange, organización global centrada en el desarrollo de productos textiles de menor impacto
- » Movimiento Moda com Verso, e ABVTEX
- » Green Building Council Brasil, que guía las prácticas de construcción sostenible de acuerdo con el protocolo de GEI
- » Ambición empresarial de la ONU para limitar el calentamiento global a 1,5 °C
- » Firmantes de la Carta de la Industria de la Moda para la Acción Climática de la ONU
- » Comité Directivo del Compromiso con el Clima, que une empresas que desean apoyar proyectos socioambientales y fomentar una economía baja en carbono mediante una compensación conjunta de sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)
- » Iniciativa Empresarial Pela Igualdade Racial
- » Social & Labor Convergence (SLCP) de CASCALE
- » Programa Na Mão Certa de Childhood Brasil, que combate el abuso sexual y la explotación de niños, niñas y adolescentes
- » Pacto Nacional pela Erradicação do Trabalho Escravo (Instituto InPacto)
- » Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, de ONU Mujeres
- » Woman on Board (WOB)
- » Coalizão Empresarial Pelo Fim da Violência Contra Mulheres e Meninas
- » Movimento pela Equidade Racial (MOVER)
- » Instituto Identidades do Brasil (ID_BR)
- » Selo Sim à Igualdade Racial
- » Foro de Empresas y Derechos LGBTI+
- » Foro de Empresas con Refugiados
- » Associação Brasileira das Empresas de Capital Aberto (ABRASCA)
- » Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC)
- » Movimento Mulheres 360
- » Sou de Algodão y Sou ABR – Iniciativas de la Asociación Brasileña de Productores de Algodón (ABRAPA).

Marca sostenible

La sostenibilidad es un atributo cada vez más relevante en el proceso de decisión de compra de moda.

Hoy en día, alrededor **del 70 % de las personas en Brasil consideran aspectos de responsabilidad** al relacionarse con una marca, lo que refuerza nuestra predominancia y preferencia en el momento de la elección.

Durante la última década, hemos avanzado significativamente en la transformación de nuestro negocio, producto y cadena hacia un modelo más sostenible y generador de valor, en línea con nuestra estrategia de **Moda responsable 2030**, que ha posicionado a la empresa entre las más reconocidas en sostenibilidad en la moda global.

Corroborando la relevancia del tema, colaboradores y directivos de diferentes niveles y áreas tienen vinculada su retribución variable al objetivo de ser un referente en sostenibilidad en la percepción de nuestros clientes, socios y del mercado en su conjunto.

Como una forma de acercar y comprometer a nuestros clientes con la sostenibilidad, realizamos campañas anuales sobre nuestras iniciativas de Moda responsable. En 2025, nos centramos en **EcoStyle**, **Jeans for Change** y **Algodón regenerativo**, buscando mejorar la comprensión de la circularidad y las materias primas sostenibles, además de fomentar elecciones de consumo más conscientes. Este movimiento implicó acciones a lo largo del año, presentando nuestros servicios y colecciones con materiales responsables.

Para apoyar estas acciones, también contamos con nuestro **blog Estilo Renner**, que produce contenido orgánico sobre sostenibilidad y moda.

Desde 2021, hemos monitoreado el logro de este objetivo de dos maneras:

- **Monitoreo de la marca Renner:** realizado trimestralmente, tiene preguntas específicas sobre la percepción de marca más sostenible según la perspectiva de los consumidores. En este monitoreo, alrededor del 4,8 % del total de preguntas ya se centran en la sostenibilidad. Desde el inicio de la medición, la nota se ha mantenido positiva, con un buen índice de promotores de marca y en un nivel estable.
- **Índice ponderado de las marcas Renner, Youcom, Camicado y Ashua:** calculado a partir de la investigación nacional con clientes y no clientes (anual), mide cuántas personas eligen nuestras marcas como "más sostenibles y socialmente responsables". En esta investigación, continuamos con un índice positivo de la percepción de Renner entre los clientes como la marca más recordada espontáneamente en relación con la sostenibilidad.

Paralelamente, realizamos un seguimiento de los **índices de sostenibilidad del mercado**, en los que apuntamos a nuestro objetivo de mantener un buen desempeño en ISE y Dow Jones Best-in-Class, con un impacto directo en la **remuneración variable** de parte de nuestros empleados (más información en la **pág. 16**).

Reconocimientos relacionados con la sostenibilidad



Empresas más sostenibles del mundo

Única empresa brasileña incluida

Revista Time



Merco Responsabilidad ESG

Primera posición en el comercio minorista de moda y 28.^a en el ranking general

Merco

Mejores de ESG

1.^a posición en la categoría de Moda y Vestuario

Revista Exame

Índice de transparencia de la moda – Clima

1.^a posición con Renner y 2.^a posición con Youcom

Fashion Revolution



Biodiversidad

Evaluación de riesgo

En 2025, avanzamos en la metodología del análisis preliminar de riesgos de biodiversidad, basado en el enfoque de la Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD), llamada LEAP (sigla en inglés de Localizar, Analizar, Evaluar y Preparar), donde pasamos la fase A (evaluar).

En cuanto a nuestras propias operaciones, evaluamos nuestro centro de distribución en Cabreúva (SP), que se encuentra en un área de protección ambiental (APA) y cuenta con un sistema de gestión ambiental que promueve su cumplimiento con los requisitos de la legislación de preservación ambiental.

Por lo tanto, después del análisis, se priorizaron los riesgos relacionados con la producción de materia prima en fibras sintéticas y naturales, en el tejido, en los procesos húmedos de confección y productos finales y al final del ciclo de vida del producto.

Para abordar y mitigar los riesgos y minimizar el impacto del negocio, tenemos un sólido desempeño frente a nuestro compromiso con la circularidad y la regeneración para eliminar los residuos y la contaminación, hacer circular productos y materiales y apoyar la regeneración de la naturaleza.

Conoce nuestros diferentes frentes de acción en esta área:



Materias primas certificadas y de menor impacto



Desarrollo y compromiso de los proveedores



Fomento del cultivo de algodón **agroecológico** y **agroforestal**

Compromiso

Tenemos el compromiso, asumido en nuestra Política de sostenibilidad y respaldado por el Directorio y la Junta de Administración, de preservar la biodiversidad y los ecosistemas donde actúan nuestras operaciones y nuestra cadena de valor y de combatir la deforestación en nuestras operaciones y en la cadena de valor.

Buscamos evitar, reducir, restaurar y compensar los impactos en la biodiversidad a través de diferentes formas de actuar.

Desde 2023, hemos sido el primer minorista de moda brasileño en adherir al Compromiso Empresarial Brasileño con la Biodiversidad y hemos asumido tres objetivos prioritarios entre los nueve propuestos por el Compromiso, relacionados con la operación y la cadena:

- Promover y fortalecer las mejores prácticas que favorezcan el uso racional de los recursos de la biodiversidad.
- Desarrollar y fomentar estudios, proyectos de investigación, tecnología e innovación que contribuyan a la conservación de la biodiversidad y los servicios de los ecosistemas.
- Poner a disposición del público la información recopilada, con el fin de colaborar con la gestión de la biodiversidad de la región y dejar que esta información sea transparente para la sociedad.

Cero deforestación

Para garantizar nuestro compromiso con el fin de la deforestación, tenemos requisitos de suministro para garantizar el origen certificado de las fibras celulósicas en los productos vendidos en nuestras operaciones y en nuestros embalajes de papel/cartón, para evitar el consumo de madera de bosques nativos. Además, hemos establecido criterios para las materias primas con mayor riesgo de impacto en la biodiversidad (algodón y viscosa), con el fin de certificar las prácticas de preservación de la biodiversidad.

Algodón

Nuestros productos de algodón certificados adoptan principalmente la metodología de la Better Cotton Initiative*, que garantiza que los agricultores lleven a cabo un plan de gestión de la biodiversidad para conservar y mejorar el ecosistema a través de:

- identificación y mapeo de los recursos de la biodiversidad para ayudar a comprender mejor qué especies animales, vegetales y microbianas están presentes en y alrededor de las áreas productivas;
- identificación y restauración de áreas degradadas;
- aumento de las poblaciones de insectos beneficiosos;
- protección de las zonas ribereñas;
- restricción del uso de plaguicidas, eliminación gradual de plaguicidas altamente peligrosos y prohibición de los enumerados en la Convención de Rotterdam.

Fibras de celulosa

Adoptamos materias primas de fibra de celulosa clasificadas como Green Shirt en la evaluación del Hot Button Report de Canopy, una organización no gubernamental que promueve el abastecimiento responsable de materias primas derivadas de la madera, como la viscosa, buscando la protección de los bosques nativos. La evaluación de Canopy clasifica a los mejores productores, considerando los criterios:

- conservación de la naturaleza;
- innovación a través de nuevas fibras;
- adopción de una política de abastecimiento forestal sólida, que incluye:
 - rastreabilidad, transparencia y abastecimiento sostenible;
 - no realizar asociaciones para el suministro de productos que provengan de bosques amenazados.

En 2025, participamos en el estudio “Disclosure de Naturaleza: un estudio de caso del sector de uso de la tierra”, liderado por el CEBDS, que aplicó la metodología LEAP con 20 empresas brasileñas.

La iniciativa destaca los desafíos y aprendizajes, centrándose en biomas, cadenas de producción, proveedores críticos y áreas ecológicamente sensibles.

*Apoyamos a Better Cotton para mejorar el cultivo de algodón a nivel mundial. Actualmente, el algodón Better Cotton se compra a través de un sistema de balance de masas y no se puede rastrear físicamente hasta el producto final.

Información ambiental

Prácticas agrícolas más sostenibles

Como medida de mitigación y parte de nuestro viaje de descarbonización, en 2025, mantuvimos la inversión en el proyecto [Florestas de Algodão](#), en asociación con la startup FarFarm, una iniciativa presentada en la COP30, en Belém (más información en la [pág. 35](#)).

Paralelamente, a través del programa [Algodón Agroecológico](#), gestionado por el Instituto Lojas Renner en alianza con organizaciones sociales, contamos con materias primas responsables a partir del algodón cultivado desde el modelo de consorcio y con el liderazgo de las familias rurales.

Bienestar animal

La única materia prima de origen animal utilizada en nuestros productos es el cuero y el bienestar animal es un tema abordado en las cadenas de suministro antes del proceso de fabricación. En este sentido, nuestra actuación tiene poco impacto en el bienestar animal.

Aun así, para apoyar el tema, priorizamos el uso del cuero, presente en el 15 % de nuestros productos, con la certificación del Leather Working Group (LWG), que cuenta con un grupo de trabajo de bienestar animal. Por otro lado, tenemos el grupo de trabajo de rastreabilidad, que produce recomendaciones sobre cómo los miembros pueden investigar las condiciones de bienestar animal en sus cadenas de suministro.



Gestión ambiental

Contamos con un sistema de gestión ambiental que cubre el 100 % de nuestras operaciones, con el objetivo de asegurar la gestión de los recursos naturales, con un enfoque en la reducción de la generación de residuos, el consumo de agua y energía, además del cumplimiento de la normativa ambiental, la clara definición de roles y responsabilidades, la toma de acciones correctivas para estimular la mejora continua, auditorías y monitoreo de indicadores.

El sistema se verifica a través de auditorías internas y externas. En total, el 40 % de las operaciones se someten a auditoría interna por parte del equipo de cumplimiento social y ambiental de Renner y el 60 % restante a auditoría externa de terceros.

Además, hemos adoptado certificaciones que garantizan la utilización de las mejores prácticas ambientales, que cubren el 100 % de las operaciones:

- Sede con certificación LEED nivel Gold.
- Centro de distribución de Cabreúva (SP) con certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) nivel Gold.
- 4 tiendas con certificación LEED (1 de nivel Silver y 3 Gold).
- 1 tienda con certificación BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) en circularidad.

- Certificación NBR ISO 14001 para el centro de distribución en São José (SC), que representa el 20 % de nuestras operaciones.

Con el fin de avanzar en la certificación NBR ISO 14001, en 2025 iniciamos el diagnóstico de adherencia a los requisitos de las normas en nuestras tiendas con auditoría por parte de proveedores externos.

Edificios y reformas de menor impacto

Desde 2018, hemos buscado incorporar los principios de la economía circular en la construcción de nuevas tiendas, reformas y en el desarrollo de mobiliario para lograr 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.

En 2021, Renner fue la primera marca minorista brasileña en lanzar una tienda basada en la ecoeficiencia y la máxima reducción del impacto ambiental.

Inauguramos la primera tienda circular del país, en Rio de Janeiro, que combina la circularidad con 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 diseño, se llevó a cabo un estudio de Análisis del Ciclo de Vida (ACV), que ayudó a elegir materiales y tomar decisiones de diseño que redujeron los impactos en el 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 obtuvo la certificación LEED (Leadership in Energy and Environmental Design).

Conozca todos los atributos de la tienda circular en el [Informe anual 2021](#), pág. 71.

Este modelo comenzó a implementarse en todas las tiendas nuevas desde 2023 hasta la fecha. La primera tienda circular recibió la certificación LEED para una renovación, complementando el aprendizaje de certificaciones más sostenibles para: shoppings, nuevas construcciones, tiendas de calle y renovaciones.

Desde 2014, también contamos con un modelo de construcción de tiendas, con una estructura más simplificada y un menor consumo de materiales y electricidad, basado en las premisas de las certificaciones LEED. En 2021, avanzamos y ampliamos los conceptos con circularidad a través de la certificación BREEAM. Los enfoques de proyecto y ejecución que utilizan estos supuestos nos permitieron realizar reducciones significativas. De esta manera, la tienda de Shopping Jacarepaguá recibió la certificación BREEAM en circularidad.



Residuos

GRI 306-4 | 306-5

Nuestras operaciones

Nos comprometemos a buscar soluciones para reducir la generación y promover la circularidad de los principales residuos de la operación y los proveedores estratégicos.

Nuestro Plan de Gestión de Residuos Sólidos (PGRS) se centra en reducir el volumen de residuos generados y asegurar la correcta separación, manipulación, acondicionamiento y disposición final. De esta manera, evitamos la contaminación y fomentamos su reincorporación al ciclo productivo a través del reciclaje, con una adhesión del 100 % a la Política Nacional de Residuos Sólidos.

Para garantizar el cumplimiento, llevamos a cabo auditorías internas de gestión de residuos y proponemos soluciones para actuar en la reducción, la generación y la promoción de la circularidad de los principales residuos de la operación y nuestros proveedores estratégicos.

Hemos desarrollado estrategias para que nuestras operaciones cumplan con los objetivos relativos a los residuos, como hacer que nuestros Centros de Distribución (CD) estén lo más cerca posible de no enviar nada a rellenos sanitarios, centrándonos en reducir, reutilizar y reciclar los residuos para 2030.

El CD de São José (SC) obtuvo, por segundo año consecutivo, la Certificación de Residuo Cero, con nota máxima en el Índice de Buenas Prácticas.

Este logro refleja la mejora anual del proceso de eliminación de residuos, con el apoyo de una empresa especializada.

Solo en 2025, aumentamos la inversión a BRL 1,7 millones en nuevas tecnologías de eliminación de residuos y proyectos de circularidad, para mantener un desarrollo constante del tema.

Como resultado, alcanzamos el 97 % de los residuos reciclados o recuperados, y perseguimos el objetivo de alcanzar un cero por ciento de envío a rellenos sanitarios en los CD.

Concientización

Nuestros colaboradores son agentes de transformación cultural para alcanzar nuestros compromisos públicos. Con esto en mente, desarrollamos en la UR un camino de Sostenibilidad y Gestión de Residuos, disponible para todos los empleados, así como un conjunto de materiales y contenidos con orientación sobre la gestión de residuos en las tiendas.

Embalajes

Nos comprometimos a eliminar de las tiendas físicas y el comercio electrónico los embalajes de plástico que no puedan ser reutilizados o reciclados por nuestros clientes para 2030.

Para ese fin, grupos de trabajo de todas las empresas conforman el Proyecto de Embalajes Responsables, orientado a mapear y desarrollar propuestas de embalajes con menor impacto ambiental. A través del Proyecto, en los últimos años, hemos avanzado en frentes que nos preparan para la aceleración del cumplimiento del compromiso hasta 2030:

- Formalización de recomendaciones de sostenibilidad, con la premisa inicial de no generar residuos, analizando las opciones disponibles en el mercado y evaluando en detalle el consumo de materiales en embalajes, para reducirlo al modelo más eficiente.
- Proyecto piloto para la reducción y eliminación del plástico de un solo uso, centrado en el embalaje para el consumidor final, que propone un embalaje más sostenible para el comercio electrónico, con

un 100 % de uso de papel certificado FSC*, polímero biodegradable, plástico reciclado posconsumo de nuestra propia operación, o plástico reciclado posconsumo proveniente de recolección selectiva.

- Mapeo de nuevos proveedores de embalajes que cumplan con los requisitos de sostenibilidad de acuerdo con el principio de no generación de residuos y los criterios de biodegradabilidad, reciclado o reciclable.
- Piloto de sustitución de embalajes plásticos de protección (plástico de burbujas y bolsas de aire) por cartón.
- Proyecto del equipo de Camicado en el centro de distribución de Cabreúva para la reutilización de cajas de proveedores, tanto para la distribución de productos a nuestras tiendas como al cliente final de e-commerce.
- Diagnóstico: hemos avanzado en el estudio interno de mapeo y búsqueda de soluciones más sostenibles para el e-commerce de Renner, Camicado y Repassa, asociado

al nuevo decreto n.º 12.688, del 21/10/25, con el fin de potenciar el compromiso de eliminar los embalajes de plástico que no puedan ser reutilizados o reciclados por nuestros clientes.

- Herramienta ELOverde: software de gestión y rastreabilidad de residuos, para contribuir a la gobernanza de los residuos sólidos generados en nuestras operaciones.

Avances

Como resultado, hemos progresado en la sustitución del plástico y la certificación del papel/cartón usado.

- Del total de embalajes utilizados en nuestras tiendas, Centros de Distribución e e-commerce, el 93 % es papel/cartón y el 7 % es plástico.
- Los embalajes de papel/cartón, tanto en los CD como en las tiendas, tienen 100 % de certificación FSC*.
- Entre los embalajes de plástico, el 99 % es reciclable.

- El 92,8 % de las tiendas Renner tienen bolsas para entregar a los clientes hechas exclusivamente de papel certificado FSC y cero plástico.
- Reutilización de cajas de cartón de las tiendas en los CD en operaciones internas, con un total de 3,7 millones de cajas de cartón reutilizadas al año.
- Alentamos la adopción de buenas prácticas de reciclaje y reducción de envío de residuos textiles a rellenos sanitarios a través de la metodología de clasificación de cumplimiento, que considera las puntuaciones más altas en el Índice Global de Desempeño de Proveedores (IDGF) para las empresas que adoptan estas y otras prácticas socioambientales de alto rendimiento
- Definimos el roadmap para el reemplazo de estos materiales, incluido el compromiso de áreas clave, conformación de grupos de trabajo, identificación de alternativas con menor impacto ambiental con proveedores, soluciones de circularidad y un sistema de monitoreo del progreso de las acciones.

* Forest Stewardship Council, estándar que garantiza el manejo forestal responsable.

08.

Mural de indicadores

Hace cinco años, lanzamos nuestro panel de indicadores cuantitativos de ESG de manera clara y consolidada, que presenta una visión comparativa de los últimos años para asegurar la transparencia de los datos y el análisis de la evolución de la empresa.



Gobernanza

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Alto liderazgo				
Consejeros independientes en la Junta de Administración (JA)	7 (88,0 %)	8 (100,0 %)	8 (100,0 %)	-
Mujeres en la JA	2 (25,0 %)	3 (37,5 %)	3 (37,5 %)	-
Asistencia promedio de los miembros de la JA	98,5 %	100,0 %	97,4 %	-2,6 p.p.
Miembros con otros cuatro mandatos o menos	8 (100,0 %)	8 (100,0 %)	8 (100,0 %)	-
Duración media del mandato de los miembros (años) ¹	9,4	6,3	4,4	-30,2 %
Miembros con experiencia en el sector ¹	2	3	4	+33,3 %
Ética				
Colaboradores capacitados en el Código de Conducta en el año GRI 205-2	90,0 %	84,0 %	89,0 %	+5,0 p.p.
% de operaciones auditadas sobre combate a la corrupción	100,0 %	100,0 %	100,0 %	-
Casos confirmados de corrupción o soborno GRI 205-3	0	0	0	-
Casos considerados como procedentes de conflictos de intereses en el año	-	32	61	+90,6 %
Denuncias sobre discriminación y acoso fundamentadas o parcialmente fundamentadas GRI 406-1	386	402	380	-5,5 %
No conformidades relacionadas con factores de riesgo de esclavitud moderna (operación y cadena)	1 en la cadena (horas excesivas)	1 en la cadena (tasa de reclutamiento)	0	-
No conformidades identificadas por la gestión de riesgos y cumplimiento (auditoría interna) ²	121	148	69	-53,4 %
Total pagado a auditores independientes en el año (miles de BRL)	1468,4	1662,3	2607,7	+56,9 %
Representación política				
Aportes a incidencia y representación de intereses políticos (miles de BRL) ³ GRI 2-28	0	258,5	359,9	+39,2 %

¹Variación en 2025 debido a la elección de nuevos consejeros en 2025.

²La caída significativa de las no conformidades identificadas se produjo debido al proceso de mejora de la auditoría interna en el enfoque y la forma de trabajar en 2025, lo que dio como resultado señalamientos más cualitativos y más profundos.

³Los datos cubren el 100 % de nuestras operaciones. Valores de 2025 referentes a cuotas mensuales pagas al Instituto Unidos Brasil y al Instituto Desenvolvimento do Varejo.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Contribuciones a partidos políticos GRI 415-1	0	0	0	-
Nombre de la mayor inversión en una asociación para el desarrollo del sector, temas de ESG y valor (miles de BRL)	-	-	Higg Index (474,1)	-
Nombre de la segunda mayor inversión en una asociación para el desarrollo del sector, temas de ESG y valor (miles de BRL)	-	-	ABVTEX (233,9)	-
Nombre de la tercera mayor inversión en una asociación para el desarrollo del sector, temas de ESG y valor (miles de BRL)	-	-	CEBDS (108,0)	-
Aportes a la elaboración de normas y reglamentaciones sobre cambio climático (miles de BRL)	-	103,0	118,0	+14,6 %
Ciberseguridad				
Casos de violaciones de ciberseguridad	0	0	0	-
Casos de incidentes de seguridad que involucren datos personales con riesgo o daño relevante para los titulares	0	0	0	-
% de colaboradores capacitados en privacidad y seguridad de la información	88,0	78,0	87,0	+9,0 p.p.
Productos				
Recall de productos	0	0	0	-
Volumen de productos recibidos (en millones)	179	193	194	+0,52 %
% de productos producidos en Brasil	53,2	57,4	53,9	-3,5 p.p.
% de productos producidos en América Latina	1,2	3,1	2,3	-0,80 p.p.
% de productos producidos en Asia	43,3	39,4	43,4	+4,0 p.p.
% de productos fabricados en Europa	2,1	0,10	0,40	+0,30 p.p.
% de productos vendidos en países en desarrollo	100,0	100,0	100,0	-
% de los ingresos netos provenientes de productos vendidos por las marcas Renner y Ashua	-	91,5	92,0	+0,50 p.p.
% de los ingresos netos proveniente de productos vendidos por la marca Youcom	-	4,0	4,0	-
% de los ingresos netos proveniente de productos vendidos por la marca Camicado	-	4,5	4,0	-0,50 p.p.
Legal				
Multas y acuerdos relacionados con cuestiones de ESG en los estados financieros	0	0	0	-
Total de denuncias de casos de lavado de dinero en el Canal de Denuncias	-	0	0	-

Social

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Proveedores				
Proveedores que actúan en el año GRI 2-6	5387	6274	5304	-15,5 %
Proveedores administrativos GRI 2-6	4734	5735	4784	-16,6 %
Proveedores de reventa directos GRI 2-6	653	539	520	-3,5 %
Gastos de proveedores (millones de BRL) GRI 204-1	7866,2	8610,0	9534,7	+10,7 %
Gastos con proveedores administrativos (millones de BRL) GRI 204-1	3309,3	3538,0	3909,1	+10,5 %
Gastos con proveedores administrativos locales (Brasil) GRI 204-1	96,0 %	97,0 %	98,0 %	+1,0 p.p.
Gastos con proveedores de reventa (millones de BRL) GRI 204-1	4556,9	5072,0	5625,6	+10,9 %
Gastos con proveedores locales de reventa directa (Brasil) GRI 204-1	59,6 %	55,4 %	66,2 %	+10,8 p.p.
Proveedores de reventa activos (Tier 1) SASB CG-AA-000.A	801	718	699	-2,6 %
% de gasto con proveedores locales activos de reventa Renner (Tier 1) (América Latina)	54,5	59,7	67,9	+8,2 p.p.
Proveedores subcontractados activos (Tier 1 extendido) SASB CG-AA-000.A	833	853	872	+2,2 %
Proveedores subcontractados de reventa locales (Tier 1 extendido) (América Latina)	98,0 %	98,0 %	96,6 %	-1,4 p.p.
Proveedores de reventa (Tier 1 y Tier 1 extendido) con certificación socioambiental o auditoría acreditada por un organismo externo SASB CG-AA-430b.1	100,0 %	100,0 %	100,0	-
% de trabajadores de la cadena de suministro que ganan por encima del salario mínimo ⁴	100,0	99,9	99,9	-

⁴En 2024 y 2025, el 0,1 % de las empresas no presentaron evidencias de que se realizó el pago, por lo que no podemos afirmar que se pagaron. Sin embargo, esto no significa que no se pague el salario mínimo, sino que hay una falta de documentación para probar la existencia de la práctica.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Auditoría y monitoreo de proveedores				
Proveedores Tier 1 auditados SASB CG- AA-430b.1	100,0 %	100,0 %	100,0 %	-
Proveedores de Tier 1 extendido auditados SASB CG-AA-430b.1	100,0 %	100,0 %	100,0 %	-
Proveedores Tier 1 críticos para la sostenibilidad (nivel D)	1,5 %	0,97 %	0,43 %	-0,54 p.p.
Proveedores Tier 1 extendido críticos para la sostenibilidad (nivel D)	0,00 %	0,00 %	0,00 %	-
Proveedores Tier 1 y Tier 1 extendido críticos con planes de acción establecidos	93,5 %	100,0 %	100,0 %	-
No conformidades identificadas en el monitoreo/auditoría de proveedores de Tier 1 y Tier 1 extendido	340	387	332	-14,2 %
No conformidades prioritarias (tolerancia cero) identificadas en la auditoría de proveedores de Tier 1 y Tier 1 extendido	0	1	2	+100,0 %
No conformidades relacionadas con el género en las instalaciones de proveedores de Tier 1 y Tier 1 extendido	0	0	0	-
% de proveedores de Tier 1 y Tier 1 extendido evaluados por riesgos relacionados con los derechos humanos	100,0	100,0	100,0	-
% de proveedores de Tier 1 y Tier 1 extendido con riesgos relacionados con los derechos humanos (nivel D de la matriz)	0,22	1,1	0,20	-0,90 p.p.
% de proveedores de Tier 1 y Tier 1 extendido con riesgos relacionados con los derechos humanos con acciones de remediación	100,0	100,0	100,0	-
Clientes				
Clientes muy satisfechos ⁵	91,3 %	85,3 %	76,9 %	-8,4 p.p.
Clientes satisfechos y muy satisfechos	97,7 %	97,4 %	97,4 %	-
% de clientes que usan canales de venta en línea	19,0	18,0	17,0	-1,0 p.p.
% de ingresos generados en canales en línea (y objetivo)	14,3 (14,4)	15,1 (14,4)	15,5 (15,6)	+0,40 p.p.

⁵Desde el inicio del seguimiento del NPS, ya no incorporamos objetivos corporativos al "Encantómetro".

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
% de resolución de las demandas de los clientes en los canales de atención	77,1	84,0	84,8	+0,80 p.p.
Tiempo de respuesta en canales digitales (en minutos de trabajo efectivo)	1440	1440	1	-99,9 %
Tiempo de respuesta en los canales de voz (en segundos)	40,0	40,0	60,0	+50,0 %
% de reclamaciones en relación con el total de atención al cliente	8,4	12,1	8,7	-3,4 p.p.
% de reclamaciones resueltas en el plazo máximo de 5 días hábiles	63,0	59,9	89,7	+29,8 p.p.
Sociedad				
Inversión social del Instituto Lojas Renner (millones de BRL)	5,4	13,6	29,8	+119,1 %
% de inversión con incentivo fiscal	8,3 %	49,0 %	12,1 %	-36,9 p.p.
% de inversión con recursos propios	91,7 %	51,0 %	87,9 %	+36,9 p.p.
Monto recaudado por las instituciones después de la venta de donaciones de productos o servicios (millones de BRL)	4,0	7,3	17,0	+132,9 %
Importe invertido en el programa de voluntariado corporativo (miles de BRL)	409,5	170,0	473,3	+178,4 %
Gastos con gestión de inversiones sociales (miles de BRL) ⁶	1185,4	365,3	991,8	+171,5 %
Colaboradores				
Colaboradores GRI 2-7 ⁷	24 364	25 102	26 058	+3,8 %
% de colaboradores en Brasil (y total) GRI 2-7	97,0 (23 645)	97,0 (24 337)	97,2 (25 339)	+0,20 p.p.
% de colaboradores en Uruguay (y total) GRI 2-7	2,2 (543)	2,1 (539)	1,9 % (487)	-0,20 p.p.
% de colaboradores en Argentina (y total) GRI 2-7	0,35 (87)	0,51 (127)	0,51 (132)	-

⁶Aumento en 2023 debido a una mayor inversión en comunicación (gestión de redes sociales, fotos, videos), evento del 15.º aniversario del ILR y estructuración del nuevo sitio web del ILR.

⁷Incluimos en el número total de colaboradores a aquellos considerados activos.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
% de colaboradores en China (y total) GRI 2-7	0,21 (52)	0,24 (59)	0,23 (59)	-0,01 p.p.
% de colaboradores en Bangladesh (y total) GRI 2-7	0,04 (11)	0,04 (10)	0,05 (12)	+0,01 p.p.
% de colaboradores en Vietnam (y total) GRI 2-7	0,11 (26)	0,12 (30)	0,11 (29)	-0,01 p.p.
% de colaboradores a tiempo completo (y total) GRI 2-7 ⁸	100,0 (24 364)	100,0 (25 102)	100,0 (26 058)	-
Colaboradoras mujeres a tiempo completo GRI 2-7	15 893	16 292	16 832	+3,3 %
Colaboradores hombres a tiempo completo GRI 2-7	8471	8810	9226	+4,7 %
% de colaboradores a tiempo parcial (y total) GRI 2-7 ⁸	0,00 (0)	0,00 (0)	0,00 (0)	-
% de colaboradores a tiempo indeterminado (y total) GRI 2-7 ⁹	81,3 (19 806)	82,1 (20 624)	83,5 (21 755)	+1,4 p.p.
% de colaboradores a tiempo determinado (y total) GRI 2-7 ¹⁰	18,5 (4497)	17,8 (4478)	16,5 (4,303)	-1,3 p.p.
% de pasantes (total) GRI 2-7	0,25 (61)	0,32 (82)	0,25 (66)	-0,07 p.p.
Miembros de la Junta de Administración	8	8	8	-
Colaboradores en cargo de Presidencia	1	1	1	-
Colaboradores en cargo de Vicepresidencia	-	-	5	-
Empleados en cargo de Dirección ¹¹	20	23	32	+39,1 %
Colaboradores en cargos de liderazgo ¹²	2884	2926	3018	+3,1 %

⁸Todos los colaboradores se consideran a tiempo completo, ya que cumplen plenamente con la carga de trabajo, de acuerdo con la legislación aplicable.

⁹Se considera que todos los colaboradores tienen un contrato indeterminado, excepto aquellos en el período de prueba, pasantes y aprendices.

¹⁰Se considera colaboradores de contrato determinado a quienes están en el período de prueba, pasantes y aprendices. Solo en Brasil hay colaboradores con contrato determinado.

¹¹En 2025, llevamos a cabo una reestructuración operativa que resultó en el ajuste de cargos y deberes. Por esta razón, hubo un aumento significativo en el % de directores en la empresa.

¹²Cargos de liderazgo: gerentes, coordinadores, supervisores y líderes. Los consultores y especialistas no se consideraron dentro del liderazgo.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Colaboradores que no ocupan cargos de liderazgo	21 452	22 145	22 994	+3,8 %
Subcontratados GRI 2-8 ¹³	432	485	4208	+767,6 %
Colaboradores cubiertos por convenios colectivos GRI 2-30	100,0 %	100,0 %	100,0 %	-
Huelgas	0	0	0	-
Despidos o contrataciones masivos (más del 10 % del total de colaboradores)	No	No	No	-
Diversidad				
Colaboradores mujeres GRI 2- 7	65,0 %	64,9 %	64,6 %	-0,30 p.p.
Colaboradoras mujeres en cargos de liderazgo GRI 405-1 ¹⁴	61,7 %	61,9 %	61,6 %	-0,30 p.p.
Colaboradoras mujeres en cargos de liderazgo junior GRI 405-1 ¹⁴	61,9 %	62,0 %	61,2 %	-0,80 p.p.
Colaboradoras mujeres en cargos de liderazgo pleno GRI 405-1 ¹⁴	75,0 %	75,9 %	64,2 %	-11,7 p.p.
Colaboradoras mujeres en cargos de liderazgo sénior GRI 405-1 ¹⁴	48,4 %	51,2 %	51,8 %	+0,60 p.p.
Colaboradoras mujeres en cargos de Dirección GRI 405-1 ¹⁴	42,8 %	43,7 %	28,1 %	-15,6 p.p.
Colaboradoras mujeres en cargos de C-level GRI 405-1 ¹⁴	-	-	50,0 %	-
Colaboradoras mujeres en cargos de liderazgo generadores de ingresos GRI 405-1	67,2 %	67,5 %	66,2 %	-1,3 p.p.
Colaboradoras mujeres en cargos STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas)	25,0 %	26,6 %	28,7 %	+2,1 p.p.
Colaboradores negros (negros y pardos) autodeclarados	50,4 %	48,5 %	49,0 %	+0,50 p.p.

¹³Cambio en el alcance del monitoreo, incluso más allá de la sede administrativa en Porto Alegre (RS). En 2025, el monitoreo incluirá la sede en Porto Alegre (RS), São Paulo (SP) y los Centros de Distribución, aumentando el número total de trabajadores subcontratados.

¹⁴En 2025, llevamos a cabo la reestructuración operativa de la empresa, que preveía el reemplazo de líderes en diferentes nomenclaturas. Las variaciones porcentuales reflejan estos cambios en la nomenclatura. Premisas: C-level: 100% de los estatutarios; Dirección: 100 % de los directores; Liderazgo sénior: gerentes sénior; Liderazgo completo: gerentes; Liderazgo junior: coordinadores, supervisores y líderes; Liderazgo: 100 % de los líderes.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Colaboradores negros en cargos de liderazgo ¹⁵	36,0 %	39,0 %	39,9 %	+0,90 p.p.
Colaboradores negros autodeclarados en cargos de Junta	0	0	0	-
Colaboradores negros autodeclarados en cargos de Dirección	0	0	2,2 %	-
Colaboradores blancos autodeclarados	46,7 %	44,6 %	44,0 %	-0,60 p.p.
Colaboradores blancos autodeclarados en cargos de liderazgo	60,3 %	51,0 %	54,6 %	+3,6 p.p.
Colaboradores asiáticos autodeclarados	2,3 %	1,8 %	1,7 %	-0,10 p.p.
Colaboradores asiáticos autodeclarados en cargos de liderazgo	3,2 %	2,2 %	2,2 %	-
Colaboradores indígenas autodeclarados	0,60 %	0,46 %	0,40 %	-0,06 p.p.
Colaboradores indígenas autodeclarados en cargos de liderazgo	0,45 %	0,61 %	0,36 %	-0,25 p.p.
Colaboradores que no se autodeclararon	3180	1141	1248	+9,4 %
Colaboradores de liderazgo que no se autodeclararon ¹⁶	167	120	125	+4,2 %
Colaboradores con discapacidad	3,3 %	5,1 %	5,1 %	-
Colaboradores de hasta 29 años GRI 405-1	53,3 %	54,0 %	52,4 %	-1,6 p.p.
Colaboradores de entre 30 y 49 años GRI 405-1	42,7 %	41,6 %	42,6 %	+1,0 p.p.
Colaboradores de 50 años o más GRI 405-1	4,0 %	4,4 %	5,0 %	+0,6 p.p.
Relación entre salario promedio de mujeres/hombres de todos los colaboradores	0,78	0,81	0,77	-4,9 %

¹⁵En este caso, consideramos liderazgo a todos los cargos de gestión de Lojas Renner S.A.

¹⁶En 2025, dejamos de realizar un censo de diversidad y seguimos los datos directamente en el formulario de registro de los colaboradores, manteniendo siempre la privacidad de los datos. Este cambio de sistema es responsable de la diferencia porcentual entre 2024 y 2025, ya que es capaz de alcanzar un mayor número de empleados.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Relación entre la remuneración promedio de mujeres/hombres de todos los colaboradores	0,73	0,77	0,73	-5,2 %
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de mujeres/hombres en el C-level	-	0,74	0,86	+16,2 %
Relación entre salario promedio de mujeres/hombres a nivel ejecutivo GRI 405-2	0,83	0,88	0,96	+9,1 %
Relación entre la remuneración media (salario + beneficios) de las mujeres/hombres en el nivel ejecutivo GRI 405-2	0,98	0,87	1,0	+14,9 %
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de mujeres/hombres en gerencia	-	0,75	0,86	+14,7 %
Relación entre salario promedio de mujeres/hombres en los demás cargos de liderazgo GRI 405-2	0,81	0,83	0,86	+3,6 %
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de mujeres/hombres en otros cargos de liderazgo GRI 405-2	0,78	0,79	0,84	+6,3 %
Relación entre salario promedio de mujeres/hombres en los demás cargos GRI 405-2	0,85	0,82	0,81	-1,2 %
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de mujeres/hombres en otros cargos (no de liderazgo)	-	-	0,83	-
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas negras (negras y pardas) y blancas en el C-level	-	0,59	0,60	+1,7 %
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas negras (negras y pardas) y blancas en el nivel ejecutivo	-	-	0,55	-
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas negras (negras y pardas) y blancas en la gerencia	0,57	0,58	0,79	+36,2 %
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas negras (negras y pardas) y blancas en los demás cargos (no de liderazgo)	-	-	0,69	-
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas asiáticas en el C-level	0,78	0,81	0,96	+18,5 %
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas asiáticas y blancas en el nivel ejecutivo	-	-	0,76	-
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas negras (negras y pardas) y blancas en la gerencia	2.2	0,93	0,95	+2,1 %
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas asiáticas y blancas en los demás cargos (no de liderazgo)	-	-	0,81	-

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas indígenas y blancas en la gerencia	1,3	0,6	1,1	+83,3 %
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas indígenas y blancas en los demás cargos (no de liderazgo)	-	-	0,62	-
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas con y sin discapacidad en el C-level	-	0,76	0,53	-30,3 %
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas con y sin discapacidad en la gerencia	-	1,3	1,2	-7,7 %
Relación entre la remuneración promedio (salario + beneficios) de personas con y sin discapacidad en los demás cargos (no de liderazgo)	-	-	0,73	-
Tasa de retención de mujeres después de 12 meses de regreso de la licencia por maternidad GRI 401-3	42,1 %	33,0 %	33,0 %	-
Promedio de años trabajados por mujeres en la empresa	3,5	3,5	3,5	-
Promedio de años de trabajo de los hombres en la empresa	3,3	3,3	3,3	-
Capacitación y desarrollo				
% de colaboradores que recibieron capacitación en el año ¹⁷	-	20,0	97,2	+77,2 p.p.
Promedio de horas (y días) de capacitación por colaborador GRI 404-1 ¹⁷	65,0 (8,1)	27,0 (3,3)	132,0 (16,5)	+388,9 %
Promedio de horas de capacitación para no liderazgo GRI 404-1 ¹⁷	62,0	28,0	137	+389,3 %
Promedio de horas de capacitación liderazgo GRI 404-1 ¹⁷	87,0	24,0	102,0	+325,0 %
Promedio de horas de capacitación para ejecutivos GRI 404-1 ¹⁷	42,0	67,0	98,0	+46,3 %
Promedio de horas de capacitación para colaboradoras mujeres GRI 404-17	-	-	85,0	-
Promedio de horas de capacitación para colaboradores hombres GRI 404-17	-	-	47,0	-

¹⁷En 2025, tuvimos un aumento en el número de capacitaciones obligatorias de LRSA, de 4 a 11, lo que implica un aumento significativo en los caminos completos para cada grupo de empleados.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Promedio de horas de capacitación para colaboradores de hasta 29 años GRI 404-1		-	74,0	-
Promedio de horas de capacitación para colaboradores de entre 30 y 50 años GRI 404-17	-	-	52,0	-
Promedio de horas de capacitación para colaboradores de mas de 50 años GRI 404-1	-	-	6,0	-
Promedio de inversión en capacitación por colaborador (BRL) ¹⁷	393,0	422,7	636,6	+50,6 %
Promedio de inversión en capacitación por líder (BRL)		3030,6	3230,5	+6,6 %
Promedio de inversión en capacitación por ejecutivos (BRL)	-	-	15 744,8	-
Promedio de inversión en capacitación por colaboradora mujer (BRL)	-	-	8 412 208,4	-
Promedio de inversión en capacitación por colaborador hombre (BRL)	-	-	8 082 317,9	-
Promedio de inversión en capacitación por colaborador hasta 29 años (BRL)	-	-	7 759 920,5	-
Promedio de inversión en capacitación por colaborador entre 30 y 49 años (BRL)	-	-	8 240 578,5	-
Promedio de inversión en capacitación por colaborador de 50 años o más (BRL)	-	-	102 497,9	-
Atracción y retención				
Contrataciones GRI 401-13	14 102	15 948	17 794	+11,6 %
Tasa de contrataciones GRI 401-1 ¹⁸	59,6 %	68,1 %	69,0 %	+0,90 p.p.
Tasa de contratación de mujeres GRI 401-1	65,0 %	63,9 %	64,0 %	+0,10 p.p.
Tasa de contratación de hombres GRI 401-1	35,0 %	36,0 %	36,0 %	-
Tasa de contratación de colaboradores hasta 29 años GRI 401-1	70,6 %	71,7 %	69,2 %	-2,5 p.p.

¹⁸Datos referentes únicamente a Brasil.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Tasa de contratación de colaboradores entre 30 y 49 años GRI 401-17	27,9 %	26,1 %	27,9 %	+1,8 p.p.
Tasa de contratación de colaboradores de 50 años o más GRI 401-1	1,5 %	2,2 %	2,9 %	+0,70 p.p.
% de vacantes abiertas ocupadas por candidatos internos	71,0 %	64,0 %	61,0 %	-3,0 p.p.
Costo promedio de reclutamiento por vacante (BRL)	450,6	396,2	398,4	+0,55 %
Desvinculaciones GRI 401-13	14 904	15 155	16 718	+10,3 %
Índice de desvinculación GRI 401-1 ¹⁸	64,8 %	64,7 %	67,4 %	-2,7 p.p.
Índice de desvinculación de mujeres GRI 401-1	64,5 %	64,2 %	66,9 %	+2,7 p.p.
Índice de desvinculación de hombres GRI 401-1	65,4 %	65,8 %	68,3 %	+2,5 p.p.
Índice de desvinculación de colaboradores hasta 29 años GRI 401-1	77,9 %	80,8 %	84,6 %	+3,8 p.p.
Índice de desvinculación de colaboradores entre 30 y 49 años GRI 401-17	50,5 %	46,5 %	49,1 %	+2,6 p.p.
Índice de desvinculación de colaboradores de 50 años o más GRI 401-1	32,3 %	34,1 %	37,2 %	+3,1 p.p.
Índice de desvinculación de colaboradores negros	-	-	66,9 %	-
Índice de desvinculación de colaboradores blancos	-	-	65,1 %	-
Índice de desvinculación de colaboradores asiáticos	-	-	50,2 %	-
Índice de desvinculación de colaboradores indígenas	-	-	87,3 %	-
Índice de desvinculación en la alta dirección	15,7 %	9,9 %	11,8 %	+1,9 p.p.
Índice de desvinculación en el Directorio	35,3 %	18,3 %	13,7 %	-4,6 p.p.
Índice de desvinculación en el liderazgo medio	24,7 %	20,7 %	15,4 %	-5,3 p.p.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Índice de desvinculación en el liderazgo júnior	30,6 %	26,4 %	22,8 %	-3,6 p.p.
Desvinculaciones voluntarias GRI 401-1	7757	7281	6894	+5,3 %
Índice de desvinculación voluntaria GRI 401-1	36,3 %	34,6 %	31,5 %	-3,1 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria de mujeres GRI 401-1	34,5 %	35,1 %	31,7 %	-3,4 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria de hombres GRI 401-1	32,3 %	33,7 %	31,2 %	-2,5 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria de colaboradores de hasta 29 años GRI 401-1	43,1 %	45,9 %	41,3 %	-4,6 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria de colaboradores de entre 30 y 49 años GRI 401-17	23,7 %	23,7 %	22,8 %	-0,90 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria de colaboradores de 50 años o más GRI 401-1	8,6 %	15,7 %	15,3 %	-0,40 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria de colaboradores negros	39,9 %	39,8 %	30,8 %	-9,0 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria de colaboradores blancos	31,6 %	34,6 %	31,7 %	-2,9 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria de colaboradores asiáticos	56,4 %	47,4 %	24,8 %	-22,6 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria de colaboradores indígenas	43,8 %	52,6 %	43,6 %	-9,0 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria en el alto liderazgo	2,6 %	2,5 %	2,5 %	-
Índice de desvinculación en el Directorio	5,9 %	4,6 %	3,4 %	-1,2 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria en el liderazgo medio	8,2 %	8,7 %	5,5 %	-3,2 p.p.
Índice de desvinculación voluntaria en el liderazgo júnior	11,3 %	11,8 %	9,6 %	-2,2 p.p.
Adhesión a la encuesta de compromiso	89,0 %	88,0 %	92,0 %	+4,0 p.p.
Compromiso de los colaboradores	86,0 %	90,0 %	89,0 %	-1,0 p.p.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Compromiso de las colaboradoras mujeres	87,0 %	90,0 %	89,0 %	-1,0 p.p.
Compromiso de los colaboradores hombres	85,0 %	89,0 %	88,0 %	-1,0 p.p.
Compromiso de los colaboradores negros	88,0 %	91,0 %	89,0 %	-2,0 p.p.
Compromiso de los colaboradores blancos	87,0 %	90,0 %	89,0 %	-1,0 p.p.
Compromiso de los colaboradores asiáticos	88,0 %	90,0 %	90,0 %	-
Compromiso de los colaboradores indígenas	92,0 %	88,0 %	87,0 %	-1,0 p.p.
Compromiso de los colaboradores hasta 24 años	84,0 %	90,0 %	87,0 %	-3,0 p.p.
Compromiso de los colaboradores entre 25 y 44 años	89,0 %	88,0 %	90,0 %	+2,0 p.p.
Compromiso de los colaboradores de 45 años o más	91,0 %	94,0 %	92,0 %	-2,0 p.p.
Compromiso de los colaboradores en el alto liderazgo	-	-	99,0 %	-
Compromiso de los colaboradores el Directorio	-	-	100,0 %	-
Compromiso de los colaboradores en el liderazgo medio	-	-	96,0 %	-
Compromiso de los colaboradores en el liderazgo júnior	-	-	96,0 %	-
Remuneración				
Retribución con Incentivos a Corto Plazo (ICP) del Directorio Estatutario (millones de BRL)	10,1	11,9	12,7	+6,7 %
Retribución con Incentivos a Largo Plazo (ILP) del Directorio Estatutario (millones de BRL)	0,0	12,9	12,1	-6,2 %
Salud y seguridad GRI 403-9				
Muertes de empleados en accidentes típicos (y tasa de mortalidad)	0 (0,00)	0 (0,00)	0 (0,00)	-

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Muertes de empleados en accidentes de trayecto (y tasa de mortalidad)	0 (0,00)	1 (0,004 %)	1 (0,004 %)	-
Total accidentes típicos	-	98	110	+12,2 %
Total de accidentes de trayecto	-	81	98	+21,0 %
Días de trabajo perdidos debido a lesiones, accidentes, muertes o enfermedades por accidentes típicos	1346	1046	1014	-3,1 %
Días de trabajo perdidos debido a lesiones, accidentes, muertes o enfermedades por accidentes de trayecto	-	8421	8384	-0,44 %
Tasa de frecuencia de accidentes típicos con licencia de colaboradores ¹⁹	1,5	1,8	1,8	-
Tasa de frecuencia de accidentes de trayecto con licencia de colaboradores ¹⁹	2,9	1,5	1,6	+0,10 p.p.
Tasa de gravedad (TG) de accidentes típicos ²⁰	26,8	19,8	17,2	-2,6 p.p.
Tasa de gravedad (TG) de accidentes de trayecto ²⁰	44,0	159,6	142,5	-17,1 p.p.
Muertes de colaboradores subcontratados ²¹	1	0	0	-
Tasa de frecuencia de accidentes típicos con licencia de colaboradores subcontratados	-	0,70	0,00	-0,70 p.p.
Tasa de frecuencia de accidentes de trayecto con licencia de colaboradores subcontratados	-	0,00	0,00	-

¹⁹Tasa de frecuencia = (Número de accidentes con licencia)/(horas trabajadas en el período contable) x 1 000 000. Horas hombre/exposición (HHT) = 52 769 523h. Se consideraron lesiones con otorgamiento de licencia con emisión de CAT.

²⁰Tasa de Gravedad (TG) = N.º de días perdidos X 1 000 000/HHT.

²¹Accidente típico con fatalidad.

Ambiental

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Gestión				
Porcentaje de operaciones cubiertas por sistema de gestión ambiental	100,0	100,0	100,0	-
Emisiones				
Emisiones de alcance 1 (tCO ₂ e) GRI 305-1	4579,5	4397,4	7033,1	+59,9 %
Emisiones de alcance 2 (tCO ₂ e) GRI 305-2	0	0	0	-
Emisiones de alcance 2 – ubicación (tCO ₂ e) GRI 305-2	8933,2	13 300,2	11 146,4	-16,2 %
Emisiones de alcance 3 (tCO ₂ e) GRI 305-3	334 188,3	391 535,8	398 131,3	+1,7 %
Intensidad de las emisiones (kgCO ₂ e/pieza) GRI 305-4	1,5	1,5	1,6	+5,9 %
Emisiones de GEI, no regidas por el protocolo de Kioto: HCFC-22 (tCO ₂ e)	448,6	52,7	223,5	+324,1 %
Emisiones de GEI, no regidas por el protocolo de Kioto: HCFC-141b (tCO ₂ e)	8,2	88,5	28,1	-68,2 %
Energía				
Consumo de energía (miles de GJ) GRI 302-1 ²²	810,8	853,9	850,8	-0,36 %
Intensidad energética (Gj/m ²) GRI 302-3 ²³	0,59	0,61	0,61	-
Gasto en energía (millones de BRL)	176,3	187,2	175,5	-6,2 %
Gasto en energía relativos BRL (BRL gasto/BRL ingresos netos)	0,015	0,015	0,013	-13,3 %
% de energía renovable de bajo impacto (pequeñas centrales hidroeléctricas, solar, eólica y biomasa)	100,0	100,0	100,0	-

²²Considera la totalidad de la empresa Lojas Renner S.A., excluyendo las oficinas administrativas. Solamente energía eléctrica. Factor de conversión utilizado = 0,0036 GJ/Kwh.

²³La intensidad energética se calcula a partir del consumo eléctrico de las tiendas por su superficie total.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Agua				
Captación de agua municipal (concesionaria/camión cisterna) en m³ GRI 303-3	390 366,0	396 329,0	448 919,0	+13,3 %
Extracción de agua dulce subterránea de pozo en m³ GRI 303-3 y 303-4	30 017,0	45 392,0	45 879,0	+1,1 %
Captación total de agua en m³ GRI 303-3 ²⁴	420 383,0	441 721,0	494 798,0	+12,0 %
Agua recuperada y reciclada en las operaciones (reutilización de efluentes tratados) en m³ ²⁵	11 162,0	28 949,0	3 353,0	-88,4 %
% de agua captada reciclada en las operaciones ²⁵	2,7	6,1	0,67	-5,4 p.p.
Descarte de efluentes en red municipal (concesionaria) en m³ GRI 303-4	278 778,0	290 410,0	335 742,0	+15,6 %
Descarte de efluentes en aguas superficiales (lagos y ríos) en m³ GRI 303-4	25 059,0	12 317,0	29 522,0	+139,7 %
Descarte de efluentes en agua subterránea en m³ GRI 303-4 ²⁵	12 128,0	57 439,0	12 372,0	-78,5 %
Descarte total de agua en m³ GRI 303-4	315 965,0	360 166,0	377 635,3	+4,8 %
Consumo total de agua en m³ GRI 303-5	104 418,0	81 555,0	117 163,0	+43,7 %
% de proveedores Tier 1 con efluentes que cumplen con los requisitos legales SASB CG-AA-430a.1	100,0	99,7	100,0	+0,30 p.p.
% de proveedores de Tier 1 extendido con efluentes que cumplen con los requisitos legales SASB CG-AA-430a.1	100,0	99,6	99,9	+0,30 p.p.
Residuos				
Volumen de residuos generados (toneladas)	6034,4	9601,8	8350,1	-13,0 %

²⁴El control del consumo de agua proveniente de concesionarios y pozos se realiza únicamente en los Centros de Distribución; para tiendas y unidades administrativas el consumo se calcula a través de la intensidad media de consumo por colaborador. La intensidad de consumo promedio se obtuvo a través de un estudio específico (1,09 m³/colaborador para oficinas y 1538 m³/colaborador para tiendas). Los datos consideran todas las empresas de Lojas Renner S.A. en Brasil.

²⁵Los mayores volúmenes de efluentes recirculados y desechados en 2024 se deben a que es el primer año completo de operación del CD Cabreúva, con mayor número de empleados y operaciones. La caída en el volumen de agua recuperada en 2025 se debe a problemas operativos y de rendimiento en la planta de tratamiento de efluentes. Por esta razón, la reutilización está paralizada en el CD 504 (desde junio/2025) hasta que se establezca el rendimiento de la planta de tratamiento de efluentes.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Residuos electrónicos descartados (ton) ²⁶	0,5	11,3	9,5	-15,9 %
Residuos peligrosos (% del total)	0,17	0,51	0,58	+0,07 p.p.
Residuos peligrosos reciclados (ton) GRI 306-4 ²⁷	6,6	33,8	48,4	+43,2 %
Residuos peligrosos en rellenos sanitarios (ton) GRI 306-5 ²⁷	3,8	7,15	0,24	-96,6 %
Residuos no peligrosos reciclados (ton) GRI 306-4	5641,7	9369,2	8064,2	-13,9 %
Residuos no peligrosos en relleno sanitario (ton) GRI 306- 5	382,1	191,6	237,3	+23,8 %
% de residuos reciclados	93,6	97,9	97,1	-0,80 p.p.
Intensidad de generación de residuos (tonelada de residuos generados/millones de BRL de ingresos netos)	0,44	0,66	0,53	-19,7 %
Costo asociado a la gestión de residuos (millones de BRL) ²⁸	1,4	2,6	2,9	+11,5 %
Residuos recogidos por el Ecoestilo de perfumería — logística inversa (ton)	55,9	60,9	48,7	-20,0 %
Residuos recogidos por ropa Ecoestilo — logística inversa (ton)	20,4	13,9	19,6	+41,0 %
Materias primas (indumentaria)				
Consumo de algodón (miles de ton.) GRI 301-1 SASB CG-AA-440a.4.	18,2	19,6	23,2	+18,4 %
Consumo de poliéster (miles de ton.) GRI 301-1 SASB CG-AA-440a.4.	10,2	10,4	9,9	-4,8 %
Consumo de viscosa (miles de ton.) GRI 301-1 SASB CG-AA-440a.4.	6,0	6,0	4,1	-31,7 %
Consumo de poliamida (miles de ton.) GRI 301-1 SASB CG-AA-440a.4.	2,8	2,9	5,3	+82,8 %

²⁶Con el progreso del proceso de medición y gestión de residuos, los datos de 2023 se revisaron de 0,3 ton. a 0,5 ton. El aumento de volumen en 2024 se debe también a los avances en el seguimiento del indicador, que ahora lo consolida un solo equipo, lo que asegura una mayor consistencia y una cobertura del 100 % de la operación.

²⁷El aumento se debe a la ejecución de obras y mantenimiento en el CD 324, que generan residuos de materiales de pintura y protección.

²⁸El aumento se debe a la adopción de nuevas tecnologías de eliminación de residuos, como el coprocesamiento, y la inclusión de costos relacionados con el Programa de Logística Reversa Ecoestilo.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
Algodón certificado (miles de ton.) SASB CG-AA-440a.4	17,8	19,0	21,2	+11,6 %
Poliéster certificado (ton.) SASB CG-AA-440a.4 ²⁹	238,0	270,0	915,8	+239,2 %
Poliamida certificada (ton.) SASB CG-AA-440a.4 ²⁹	0,76	19,0	66,8	+251,6 %
Viscosa Certificada (miles de ton.) SASB CG-AA-440a.4	5,7	5,7	3,7	-35,1 %
% de los ingresos de Renner proveniente de productos de algodón	-	62,0	61,9	-0,10 p.p.
% de los ingresos de Renner proveniente de productos de cuero	-	0,15	0,22	+0,70 p.p.
% de los ingresos de Renner proveniente de productos de viscosa	-	13,0	11,4	-1,6 p.p.
% de productos de indumentaria de menor impacto consolidados de Lojas Renner S.A. ³⁰	-	78,2	80,0	+1,8 p.p.
% de productos de Lojas Renner con menor impacto	80,45	78,2	80,0	+1,8 p.p.
% de productos de Youcom con menor impacto	75,6	78,6	82,0	+3,4 p.p.
% de productos de Ashua con menor impacto	90,9	89,8	92,0	+2,2 p.p.
% de productos de algodón con certificación de producción responsable	96,6	96,5	95,3	-1,2 p.p.
% de productos con papel/fibra de madera (viscosa, modal y liocel) con certificación de producción responsable	92,5	89,0	89,7	+0,70 p.p.
% de productos a partir de cuero con certificación de producción responsable	46,5	26,6	14,9	-11,7 p.p.
% de productos de poliéster con certificación de producción responsable	2,4	2,1	9,2	+7,1 p.p.
% de productos de poliamida con certificación de producción responsable	0,03	0,53	0,80	+0,27 p.p.

²⁹Aumento significativo de poliéster y poliamida en 2025 debido al proyecto de materias primas de menor impacto.

³⁰Los datos de 2023 no están disponibles en la metodología adoptada en 2024, que considera los productos de Lojas Renner S.A. y no solo algunas marcas, como en años anteriores.

	2023	2024	2025	Var. 24 vs. 25
% de productos para los que la Empresa calcula la huella de carbono	-	100,0	100,0	-
% de productos a partir de plástico con contenido reciclado	-	2,0	5,7	+3,7 p.p.
Embalajes				
Consumo de plástico en embalajes en toneladas (% del total)	439,0 (7,41)	372,5 (6,2)	368,4 (7,3)	-1,1 %
Consumo de papel/fibra de madera en embalajes en toneladas (% del total)	5481,4 (92,6)	5618,3 (93,8)	4686,3 (92,7)	-16,6 %
% de papel/fibra de madera consumida en embalajes certificados o procedente del reciclaje	93,0	100,0	100,0	-
% de plástico usado en embalajes que es reciclable	77,0	61,0	99,0	+38,0 p.p.
% de plástico utilizado en embalajes que proviene del reciclaje ³¹	0,03	8,1	29,8	+21,7 p.p.
Tiendas Renner que utilizan bolsas de plástico	43	73	32	-56,2 %

³¹Aumento significativo del % de plástico procedente de reciclaje usado en embalajes en 2025 debido al proyecto de embalajes con menor impacto.

09.

Herramientas de lectura

Aquí se pueden encontrar los índices de referencia de las diferentes pautas de informe adoptadas, para facilitar la localización de los indicadores a lo largo del contenido, además del informe de aseguramiento limitado de la auditoría sobre la evaluación independiente de estos indicadores. Use los siguientes índices, mapas y resúmenes para conocer los indicadores y directrices presentados a lo largo de este informe.



Índice GRI

Normas universales

Referencia (pág.)/Respuesta directa

Relación con los ODS

Temas materiales

Contenido general

Declaración de uso

Lojas Renner S.A. reportó la información citada en este resumen de contenido de GRI para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025, con base en las Normas GRI.

GRI 1 Fundamentos 2021

GRI 2: Contenido general 2021

La organización y sus prácticas de reporte

2-1 Detalles de la organización

Lojas Renner. Sociedad anónima de capital abierto con sede en Porto Alegre (RS). Más detalles en [pág. 06](#).

2-2 Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización (alcance de las empresas controladas)

[Pág. 06](#). Este informe cubre las mismas actividades cubiertas por el informe financiero: nota explicativa 3.7, en la [pág. 29](#) del [Balance anual](#).

2-3 Período del reporte, frecuencia y punto de contacto

[Pág. 154](#). Anual, del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025.

2-4 Reformulación de la información

En 2025, la empresa realizó una reorganización operativa, lo que condujo a cambios estructurales y al porcentaje de colaboradores por categoría funcional en términos de nomenclatura y presentación de informes. Estos cambios no afectaron significativamente el número total de colaboradores.

2-5 Verificación externa

[Pág. 147](#).

Actividades y colaboradores

2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales

[Págs. 06](#) y [116](#).

2-7 Empleados

[Págs. 118](#) a [120](#). Datos referidos al final del período de reporte. No considera a las personas con licencias laborales.

Normas universales

2-8 Trabajadores que no son empleados

Referencia (pág.)/Respuesta directa

Pág. 120. El total de terceros se refiere a aquellos que tienen acceso a la sede en Porto Alegre (RS), São Paulo (SP) y los Centros de Distribución. Las principales actividades realizadas por estos proveedores de servicios, en general, son el mantenimiento, la limpieza, la jardinería y los servicios informáticos. La gestión documental de estos asociados la realiza el equipo de Seguridad del Trabajo.

Relación con los ODS

Temas materiales

Gobernanza

2-9 Estructura de gobernanza y su composición

Pág. 20.

2-10 Nombramiento y selección para el órgano de gobernanza superior

Pág. 21 y Política de nombramiento y remuneración de los Administradores.

2-11 Presidente del órgano de gobernanza superior

Pág. 20.

2-12 Papel desempeñado por el órgano de gobernanza superior en la supervisión de la gestión de los impactos

La Junta es la validadora de políticas, principios y estrategias y supervisa la gestión del impacto y los procesos de diligencia debida a través de sus Comités (págs. 23 y 81).

2-13 Delegación de responsabilidad en la gestión del impacto

La Junta delega la responsabilidad de la gestión de riesgos en sus comités y directorios ejecutivos, además de los equipos directamente involucrados en la gestión de riesgos (págs. 23 y 81).

2-14 Papel desempeñado por el órgano de gobernanza superior en el reporte de sustentabilidad

La Junta participa en la definición y seguimiento de la materialidad (estrategia de sostenibilidad) y aprueba el informe, a través de su Comité de Sostenibilidad.

2-15 Conflictos de intereses

Pág. 88. El Reglamento interno de la Junta determina la gestión para evitar conflictos de intereses y establece que los conflictos dentro de la Junta se divulguen en las actas de las reuniones.

2-16 Comunicación de preocupaciones cruciales

La Junta supervisa y guía la gestión de inquietudes críticas a través de sus reuniones y encuentros periódicos con sus comités. No hubo preocupaciones críticas en 2025.

2-17 Conocimiento colectivo del órgano de gobernanza superior

Pág. 39.

2-18 Evaluación de desempeño del órgano de gobernanza superior

Pág. 22.

2-19 Políticas de remuneración

Págs. 22 y 39. Más detalles en la Política de nombramiento y remuneración de los Administradores y en el Reglamento del Comité de Personas.






2-20 Proceso para determinar la remuneración





Normas universales		Referencia (pág.)/Respuesta directa	Relación con los ODS	Temas materiales
2-21	Proporción de la remuneración anual total	Información que se debe reportar en el Formulario de referencia , punto 10.3(d) Políticas y prácticas de remuneración de los empleados.		
Estrategia, políticas y prácticas				
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Págs. 04 y 07 .		
2-23	Compromisos de la política	Págs. 39 y 93 . Los compromisos y las políticas son aprobados por la Junta de Administración.		
2-24	Incorporación de los compromisos de la política	Págs. 24 , 39 , 66 a 67 , 83 , 88 a 89 y 93 .		
2-25	Procesos para corregir impactos negativos	Págs. 24 y 93 .		
2-26	Mecanismos para asesoramiento y planteo de preocupaciones	Pág. 93 .		
2-27	Cumplimiento de las leyes y reglamentos	No hubo casos de incumplimiento de leyes y reglamentos en 2025.		
2-28	Participación en asociaciones	Págs. 105 y 114 .		
Compromiso de los Stakeholders				
2-29	Enfoque para el compromiso de los Stakeholders	Páginas donde presentamos los medios de compromiso con los diversos públicos: colaboradores y líderes (pág. 24), proveedores (pág. 73), inversores (pág. 22), clientes (pág. 106), socios y beneficiarios del Instituto Lojas Renner (pág. 101) y startups (pág. 109).		
2-30	Convenios colectivos de trabajo	Pág. 120 .		
GRI 3: Temas materiales 2021				
3-1	Proceso de definición de temas materiales	Págs. 28 y 80 .		









Normas universales	Referencia (pág.)/Respuesta directa	Relación con los ODS	Temas materiales
3-2 Lista de temas materiales	<p>Pág. <u>80</u>.</p> <p>Págs. <u>27 a 39</u> y <u>80</u>.</p> <p>Impactos relacionados con los temas:</p> <p>Materias primas págs. <u>55</u> y <u>131</u>.</p> <p>Cambio climático pág. <u>52</u>.</p> <p>Condiciones de trabajo en la cadena de proveedores págs. <u>65 a 72</u>.</p> <p>Descarte posconsumo págs. <u>57</u> y <u>131</u>.</p> <p>Cumplimiento ambiental en la cadena de proveedores directos e indirectos págs. <u>66 a 71</u>.</p>		
3-3 Gestión de temas materiales	<p>Condiciones de trabajo en proveedores indirectos págs. <u>65 a 72</u>.</p> <p>Uso de combustibles págs. <u>11</u> y <u>58</u>.</p> <p>Emisiones de carbono pág. <u>53</u>.</p> <p>Producción intensiva pág. <u>11</u>.</p> <p>Uso de plásticos en embalajes págs. <u>112</u> y <u>133</u>.</p> <p>Competencia desleal pág. <u>89</u>.</p> <p>Policrisis págs. <u>11</u> y <u>25</u>.</p> <p>Generación de residuos pág. <u>111</u>.</p> <p>Posible escasez de mano de obra págs. <u>42</u> y <u>65</u>.</p>		







Normas específicas

GRI 201: Desempeño económico 2016

Normas universales	Referencia (pág.)/Respuesta directa	Relación con los ODS	Temas materiales
201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Pág. <u>17</u> .		
GRI 204: Prácticas de compra 2016			
204-1 Proporción del gasto con proveedores locales	Pág. <u>116</u> . Los proveedores locales son los ubicados en Brasil.		Gestión de la cadena de suministro
GRI 205: Combate a la corrupción 2016			
205-2 Comunicación y capacitación en políticas y procedimientos de combate a la corrupción	Págs. <u>88</u> y <u>114</u> .		Ética e integridad
205-3 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	Págs. <u>88</u> y <u>114</u> .		Ética e integridad
GRI 207: Impuestos 2019			
207-1 Enfoque tributario	Pág. <u>92</u> .		Estrategia fiscal y transparencia
Contenidos medioambientales			
GRI 301: Materiales 2016			
301-1 Materiales utilizados, desglosados por peso o volumen	Págs. <u>55</u> y <u>131</u> . Renovable (algodón y viscosa) y no renovable (poliéster y poliamida).		
GRI 302: Energía 2016			

Normas universales		Referencia (pág.)/Respuesta directa	Relación con los ODS	Temas materiales
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Pág. 129 . Más detalles en el Registro público de emisiones .		Consumo de energía
302-3	Intensidad energética	Pág. 129 .		Consumo de energía
GRI 303: Agua y efluentes 2018				
303-3	Captación de agua	Págs. 61 y 130 .		Consumo de agua
303-4	Descarte de agua	Págs. 61 y 130 .		Consumo de agua
303-5	Consumo de agua	Págs. 61 y 130 .		Consumo de agua
GRI 305: Emisiones 2016				
305-1	Emisiones directas (alcance 1) de gases de efecto invernadero (GEI)	Págs. 52 y 129 . Además de las emisiones de GEI, las emisiones directas totales de CO ₂ biogénico fueron de 40,61 tCO ₂ equivalentes.		Emisiones de gases de efecto invernadero
305-2	Emisiones indirectas (alcance 2) de gases de efecto invernadero (GEI) por adquisición de energía	Págs. 52 y 129 .		Emisiones de gases de efecto invernadero

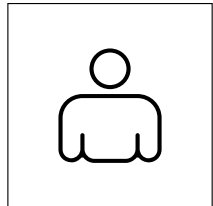
Normas universales	Referencia (pág.)/Respuesta directa	Relación con los ODS	Temas materiales
305-3 Otras emisiones indirectas (alcance 3) de gases de efecto invernadero (GEI)	Págs. <u>52</u> y <u>129</u> . Además de las emisiones de GEI, las emisiones biogénicas de CO ₂ indirectas totales fueron de 8527,25 tCO ₂ equivalentes.	 	Emisiones de gases de efecto invernadero
305-4 Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)	Pág. <u>129</u> .		Emisiones de gases de efecto invernadero
GRI 306: Residuos 2020			
306-4 Residuos no destinados a disposición final	Págs. <u>111</u> y <u>131</u> . Todos los residuos se eliminan fuera de la organización.		Gestión de residuos
306-5 Residuos destinados a disposición final	Págs. <u>111</u> y <u>131</u> . Todos los residuos se eliminan fuera de la organización.		Gestión de residuos
Contenido social			
GRI 401: Empleo 2016			
401-1 Nuevas contrataciones y rotación de empleados	Págs. <u>124</u> a <u>126</u> . Los datos consideran solo las operaciones en Brasil.		
401-3 Licencia por maternidad/paternidad	Págs. <u>43</u> y <u>123</u> . Información de licencia por paternidad no disponible.		Diversidad e inclusión
GRI 403: Salud y seguridad del trabajo 2018			
403-1 Sistema de gestión de salud y seguridad en el trabajo	Pág. <u>43</u> . Más detalles en la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo .		Salud, seguridad y bienestar ocupacional y calidad de vida de los colaboradores

Normas universales	Referencia (pág.)/Respuesta directa	Relación con los ODS	Temas materiales
403-9 Accidentes de trabajo	Págs. 127 y 128 . Solo datos de Brasil.		Salud y seguridad en el trabajo y bienestar y calidad de vida de los colaboradores
GRI 404: Capacitación y educación 2016			
404-1 Promedio de horas de capacitación por año, por colaborador	Págs. 123 y 124 .		Capacitación y desarrollo de los colaboradores
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016			
405-1 Diversidad en los órganos de gobernanza y los colaboradores	Págs. 20 y 120 a 121 .		Diversidad e inclusión
405-2 Proporción entre el salario base y la remuneración recibidos por las mujeres y los hombres	Pág. 122 . Los datos cubren todo el ecosistema de Lojas Renner S.A. La relación entre el salario base y la remuneración recibidos por las mujeres y los hombres se calcula mediante la relación entre los salarios promedio (mujeres ÷ hombres). Estos salarios son proporcionales a la carga horaria.		Diversidad e inclusión
GRI 406: No discriminación 2016			
406-1 Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas	Pág. 114 .		Diversidad e inclusión; Ética e integridad
GRI 415: Políticas públicas 2016			
415-1 Contribuciones políticas	Pág. 115 . No hubo en 2025. La información considera todo el ecosistema de Lojas Renner S.A.		Ética e integridad
GRI 418: Privacidad del cliente 2016			
418-1 Quejas probadas con respecto a la violación de la privacidad y la pérdida de datos de clientes	Pág. 86 .		Ciberseguridad y privacidad de datos

Índice SASB

Código	Métrica	Referencia de página	Relación con los ODS
Gestión de productos químicos			
CG-AA-250a.1	Discusión de procesos para mantener el cumplimiento de las regulaciones de sustancias restringidas.	Pág. 63 .	 
CG-AA-250a.2	Discusión de los procesos para evaluar y gestionar los riesgos y/o peligros asociados con los productos químicos en los productos.	Pág. 63 .	 
Impactos ambientales en la cadena de suministro			
CG-AA-430a.1	Porcentaje de (1) instalaciones de proveedores Tier 1 y (2) proveedores que no sean Tier 1 que cumplen con las licencias de eliminación de aguas residuales y/o el acuerdo contractual.	Pág. 130 . 100 % de los proveedores y 99,9 % de sus contratistas.	 
CG-AA-430a.2	Porcentaje de (1) instalaciones de proveedores Tier 1 e (2) instalaciones de proveedores que no sean Tier 1 que han completado la evaluación del Módulo Ambiental Higg Facility de la Sustainable Apparel Coalition o una evaluación equivalente.	AUTOEVALUADO Tier 1: 56 = 8 % Tier 1 extendido: 26 = 3 %. VERIFICADO Tier 1: 53 = 7,6 % Tier 1 extendido: 25 = 2,9 %.	
Condiciones de trabajo en la cadena de suministro			
CG-AA-430b.1	Porcentaje de (1) instalaciones de proveedores Tier 1 e (2) instalaciones de proveedores que no sean Tier 1 que han sido auditadas por un Código de Conducta Laboral, (3) porcentaje del total de auditorías realizadas por un auditor externo.	100 % de los proveedores Tier 1 y Tier 1 extendido con auditoría interna y externa. Págs. 67 y 116 .	 
CG-AA-430b.2	Tasa de no conformidad prioritaria y tasa de acción correctiva asociada para las auditorías del Código de Conducta del trabajo de los proveedores.	Pág. 66 .	 
CG-AA-430b.3	Descripción de los mayores (1) riesgos laborales y (2) riesgos ambientales, de salud y seguridad en la cadena de suministro.	Pág. 93 .	 
Suministro de materias primas			
CG-AA-440a.3	(1) Lista de materias primas prioritarias y, para cada una: (2) factor(es) ambiental(es) y/o social(es) con mayor probabilidad de representar amenazas, (3) discusión de riesgos y/o oportunidades comerciales asociados con factores ambientales y/o sociales, y (4) estrategia de gestión para abordar los riesgos y oportunidades comerciales.	Págs. 55 y 93 . Para conocer más detalles, acceda al Informe de divulgaciones financieras relacionadas con la sustentabilidad - clima .	 
CG-AA-440a.4	(1) Cantidad de materias primas prioritarias compradas, por material, y (2) total certificado por un estándar ambiental y/o social de terceros, de forma predeterminada	Págs. 55 y 131 . Para conocer más detalles, acceda al Informe de divulgaciones financieras relacionadas con la sustentabilidad - clima .	 
Métricas de la actividad			
CG-AA-000.A	Número de (1) proveedores Tier 1 y (2) proveedores que no son Tier 1.	Pág. 116 .	

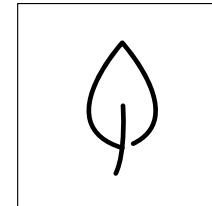
Mapa de capitales



HUMANO

Págs. [20 a 22](#), [40 a 50](#) y [93 a 100](#).

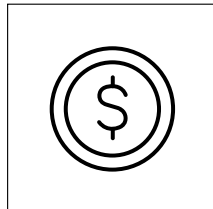
Profesionales que conforman nuestro equipo y gobernanza y prácticas para su desarrollo y excelencia.



NATURAL

Págs. [51 a 63](#) y [107 a 112](#).

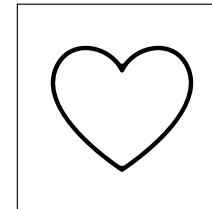
Recursos naturales utilizados en las operaciones y buenas prácticas que buscan soluciones climáticas, circulares y regenerativas.



FINANCIERO

Págs. [17 y 18](#).

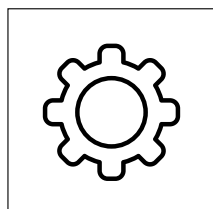
Resultados alcanzados en el negocio, desempeño de las acciones y generación de valor financiero a los públicos con los que nos relacionamos



SOCIAL Y RELACIONES

Págs. [83 a 94](#) y [101 a 106](#).

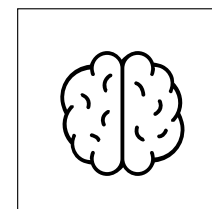
Principios y prácticas para mantener relaciones generadoras de valor con los diversos actores que conforman la cadena de negocio.



MANUFACTURADO

Págs. [06 a 16](#).

Perfil de las empresas que conforman el ecosistema, de nuestras tiendas y centros de distribución.



INTELLECTUAL

Págs. [06 a 12](#) y [82](#).

Factores diferenciales, estrategias e innovaciones que apoyan el desarrollo del negocio.

Valor generado por capital

Capitales usados



HUMANO

- **26 058** colaboradores



NATURAL

- **850 800** GJ de energía consumida (**0,61** GJ/m² de área de ventas)
- **117 mil m³** de agua consumida en las operaciones
- **23 mil toneladas** de algodón, **10 mil toneladas** de poliéster, **4 mil toneladas** de viscosa, **5 mil toneladas** de poliamida



FINANCIERO

- **BRL 20,2 mil millones** en ingresos brutos
- **982 199 000** de acciones con un valor de mercado de **BRL 14 300 millones**
- **BRL 858 millones** de inversión (CAPEX)



SOCIAL Y DE RELACIONES

- **699** proveedores de revenda activos a finales de 2025 y **872** subcontratados que fabrican los productos que revendemos
- **4784** proveedores de otros productos y servicios
- Comunidades y proyectos apoyados por el **Instituto Lojas Renner**



MANUFACTURADO

- **717** tiendas
- **3** Centros de distribución (CD)
- **Presencia en seis países:** Brasil, Uruguay, Argentina, Bangladesh, China y Vietnam
- **E-commerce**



INTELECTUAL

- Cultura sólida alineada con un propósito: **encantar es nuestra realización**
- Estrategia **Moda responsable 2030**

Valor generado

- **BRL 1 810 000 000** en remuneraciones y beneficios
- **89 %** de compromiso
- **BRL 174 800 000** distribuidos a los colaboradores como un Programa de Participación en los Resultados (PPR)

- **100 %** del consumo de energía renovable de bajo impacto desde 2021
- **40 %** de los proveedores nacionales realizan inventarios de emisiones de GEI
- **95 %** de los productos de algodón y **89 %** de los productos de viscosa con certificación socioambiental

- **BRL 834 300 000** en intereses sobre el patrimonio neto distribuidos a los accionistas (**57,2 %** de payout)
- ROIC del **14,7 %** (+2,3 p.p.) mejora de rentabilidad y avances en estructura de capital
- **+1949 %** de apreciación acumulada de las acciones desde 2005
- **+9,2 %** en ingresos minoristas netos

- **BRL 29 800 000** invertidos por el Instituto Lojas Renner **beneficiaron directamente a más de 220 mil personas**
- **97,4 %** de clientes satisfechos y muy satisfechos
- **20 millones de** clientes activos en el ecosistema
- **BRL 9 500 000 000** en negocios contratados con proveedores
- **57 %** del volumen de compra de proveedores de revenda con calificación A en nuestra matriz de desempeño de ESG
- **3 900 000 000** en impuestos y tasas que serán revertidas por los gobiernos para el desarrollo del país

- **34** nuevas tiendas
- **4 tiendas y sedes** con certificación ambiental
- CD de Cabreúva (SP) omnicanal, automatizado y con certificación LEED

- Experiencia **omnicanal y múltiples canales de venta** y atención
- **80 %** de los productos de indumentaria vendidos en Renner con atributos Re moda responsable (atributos de sostenibilidad)

Mapa de los ODS



Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos

Proyectos para empoderar a las mujeres en la cadena de valor de la moda pág. [101](#).

Programas de apoyo para el desarrollo de proveedores y sus contratistas pág. [73](#).

Programas de desarrollo de los colaboradores pág. [100](#).



Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y niñas

Garantizar la equidad en las condiciones de empleo, capacitación y desarrollo profesional de las mujeres pág. [49](#).

Fomentar la participación de mujeres en cargos de alto liderazgo pág. [49](#).

Empoderar a las mujeres a través de la capacitación y el emprendimiento en la cadena de la moda pág. [101](#).



Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua potable y el saneamiento para todos

Aumentar la eficiencia en el uso del agua en todos los sectores y garantizar la captación sostenible y el suministro de agua dulce para abordar la escasez de agua pág. [61](#).

Mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando los vertidos y minimizando la liberación de productos químicos y materiales peligrosos pág. [63](#).



Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

Generación de empleo en la operación y cadena de suministro pág. [06](#).

Garantizar la salud y la seguridad en el trabajo y el bienestar y la calidad de vida de los colaboradores pág. [43](#).

Defensa de los derechos humanos en nuestras operaciones y cadena de suministro pág. [93](#).

Desarrollo económico y crecimiento a través del apoyo social pág. [101](#).



Reducir la desigualdad dentro y entre los países

Fomentar la adopción del living wage por parte de los proveedores estratégicos pág. [77](#).

Estar entre los referentes nacionales en compromiso, asegurando un living wage y avanzando continuamente en la promoción del bienestar de los colaboradores pág. [43](#).

Programas de apoyo para el desarrollo de proveedores y sus contratistas pág. [73](#).



Garantizar estándares de producción y consumo sostenibles

Circularidad en el desarrollo de productos y servicios pág. [56](#).

Ecoeficiencia en las operaciones pág. [58](#).

Proyectos junto con los proveedores para monitorear, controlar y fomentar procesos responsables pág. [74](#).

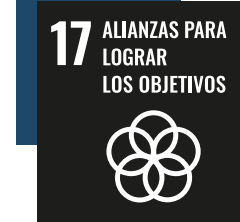
Sensibilización de nuestros clientes para un consumo sostenible pág. [106](#).



Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus impactos

Estrategia climática pág. [52](#).

Compromiso con la preservación de la biodiversidad y la lucha contra la deforestación pág. [107](#).



Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible

Participación activa en organizaciones para el desarrollo del sector y para la promoción de la sostenibilidad pág. [105](#).

Informe de aseguramiento limitado del Informe Anual

GRI 2-5

Informe de aseguramiento limitado de los auditores independientes

A la Junta de Administración y los Accionistas de Lojas Renner S.A. | Porto Alegre- RS

Informe de aseguramiento limitado sobre la información Ambiental, Social y de Gobernanza (ESG) contenida en el Informe Anual 2025 de Lojas Renner S.A. para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2025

Conclusión

Asumimos un compromiso de aseguramiento limitado sobre la información Ambiental, Social y de Gobernanza (ESG) contenida en el Informe anual 2025 ("Informe") de Lojas Renner S.A. ("Empresa") para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2025, preparado en base a los Estándares de la *Global Reporting Initiative (GRI) - GRI Standards* y de acuerdo con el *Sustainability Accounting Standard – Consumer Goods - Apparel, Accessories & Footwear del Sustainability Accounting Standards Board*

(SASB) ("Criterios").

Con base en los procedimientos realizados y la evidencia obtenida, no tenemos conocimiento de ningún hecho que nos lleve a creer que la información Ambiental, Social y de Gobernanza (ESG) contenida en el Informe Anual 2025 de Lojas Renner S.A. para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2025 no fue preparada, en todos los aspectos materiales, con base en las normas de la *Global Reporting Initiative (GRI) - GRI Standards* y *Sustainability Accounting Standard – Consumer Goods - Apparel, Accessories & Footwear del Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*.

Nuestra conclusión sobre la información Ambiental, Social y de Gobernanza contenida en el Informe anual 2025 de la Empresa, preparado con base en y de acuerdo con los Criterios no se extiende a ninguna otra información que acompañe o contenga la información en el Capítulo 03. Moda responsable, del Instituto Lojas Renner, balance anual, mensajes de los responsables de la Empresa, enlaces e

imágenes, y datos e indicadores de períodos anteriores presentados en dicho Informe.

Base para la conclusión

Realizamos nuestro trabajo de acuerdo con NBC TO 3000 (revisada) - Trabajo de Aseguramiento diferente de auditoría y revisión e *International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised), Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitidas por el Consejo Federal de Contabilidad (CFC) y el *International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)*, respectivamente. Nuestras responsabilidades en relación con estas normas se describen con más detalle en la sección "Nuestras responsabilidades" del informe.

Cumplimos con los requisitos de independencia y otros requisitos éticos del Código de Ética Profesional del Contador y las Normas Profesionales (incluidas las Normas de Independencia) emitidos por el Consejo Federal de Contabilidad (CFC) basados en los principios fundamentales de integridad, objetividad,

competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica NBC PA 01 Quality Management for Firms (Legal Entities and Individuals) of Independent Auditors y la *International Standard on Quality Management (ISQM) 1, Quality Management for Firms that Perform Audits or Reviews of Financial States, or Other Assurance or Related Services Engagements*, emitidas por el CFC y el IAASB, respectivamente. Estas normas requieren que la empresa desarrolle, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad, incluidas las políticas o procedimientos relacionados con el cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

Creemos que las evidencias obtenidas son suficientes y apropiadas para fundamentar nuestra conclusión.

Responsabilidades por el Informe anual 2025

La Administración de la empresa es responsable

de:

- el diseño, implementación y mantenimiento de controles internos relevantes para la preparación de la información contenida en el Informe que esté libres de errores materiales, ya sea debido a fraude o error;
- la selección de los Criterios como adecuados para la preparación de la información contenida en el Informe y la referencia apropiada a los Criterios utilizados o la descripción de estos Criterios;
- la preparación y presentación adecuada de la información contenida en el Informe de acuerdo con los Criterios; y

Nuestras responsabilidades

Somos responsables de:

- planificar y ejecutar el trabajo para obtener una garantía limitada en cuanto a si el Informe está libre de errores materiales, ya sea debido a fraude o error;
- elaborar una conclusión independiente, de

acuerdo con los procedimientos realizados y las pruebas obtenidas

- informar nuestra conclusión a la Junta de Administración y los Accionistas de la empresa.

Resumen del trabajo que realizamos como base para nuestra conclusión

Ejercimos el juicio profesional y mantuvimos el escepticismo profesional durante todo el trabajo. Diseñamos y ejecutamos nuestros procedimientos para obtener evidencias sobre el Informe que sean suficientes y apropiadas para proporcionar una base para nuestra conclusión. Nuestros procedimientos seleccionados dependen de nuestra comprensión del Informe y otras circunstancias del trabajo, además de nuestra consideración de las áreas donde es probable que surjan distorsiones materiales. Al realizar el trabajo, ejecutamos los siguientes procedimientos:

- a. planificamos el trabajo considerando la relevancia, el volumen de información cuantitativa y cualitativa y los sistemas operativos y de control internos que sirvieron de base para

la elaboración de la información contenida en el Informe;

b. obtuvimos una comprensión de la metodología de cálculo y los procedimientos para compilar los indicadores a través de consultas y entrevistas con los gestores responsables de preparar la información;

c. aplicamos procedimientos analíticos sobre información cuantitativa y consultas sobre información cualitativa y su correlación con los indicadores divulgados en la información contenida en el Informe; y

d. evaluamos los procesos para la elaboración del Informe y su estructura y contenido, de acuerdo con los Criterios.

Los procedimientos realizados en un compromiso de aseguramiento limitado varían en cuanto a su naturaleza y tiempo, y su alcance es restringido (menos extenso) que el de un trabajo de aseguramiento razonable. Por lo tanto, el nivel de seguridad obtenido en un trabajo de aseguramiento limitado es sustancialmente

menor que la seguridad que se habría obtenido si se hubiera realizado un trabajo de aseguramiento razonable.

São Paulo, 29 de abril de 2026

KPMG Auditores Independentes Ltda.
CRC 2SP-014428/O-6

 S
5710-2

Informe de aseguramiento limitado de la estrategia de Moda responsable

Informe de aseguramiento limitado de los auditores independientes

A la Junta de Administración y los Accionistas de Lojas Renner S.A. | Porto Alegre- RS

Informe de aseguramiento limitado sobre la información contenida en el Capítulo 03. Moda responsable del Informe anual 2025 de Lojas Renner S.A. para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2025

Conclusión

Realizamos un trabajo de aseguramiento limitado sobre la información contenida en el "Capítulo 03. Moda responsable" – páginas 29, 30, 32, 33, 34, 36 y 37 ("Informe") presentada en el Informe anual 2025 de Lojas Renner S.A. ("Empresa") para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2025, elaborada de acuerdo con los criterios establecidos en el anexo.

Con base en los procedimientos realizados y las pruebas obtenidas, no tenemos conocimiento de ningún hecho que nos lleve a creer que la

información del "Capítulo 03. Moda responsable" – páginas 29, 30, 32, 33, 34, 36 y 37 presentadas en el Informe Anual 2025 de Lojas Renner S.A. para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2025 no fueron preparadas, en todos los aspectos materiales, de acuerdo con los criterios.

Nuestra conclusión sobre la información contenida en el Capítulo 03. Moda responsable de la Empresa elaborada con base en los Criterios, no se extiende a información específica sobre datos de períodos anteriores y a cualquier otro capítulo del Informe anual 2025.

Base para la conclusión

Realizamos nuestro trabajo de acuerdo con NBC TO 3000 (revisada) - Trabajo de Aseguramiento diferente de auditoría y revisión e *International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised), Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitidas por el Consejo Federal de Contabilidad (CFC) y el *International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)*, respectivamente. Nuestras responsabilidades

en relación con estas normas se describen con más detalle en la sección "Nuestras responsabilidades" del informe.

Cumplimos con los requisitos de independencia y otros requisitos éticos del Código de Ética Profesional del Contador y las Normas Profesionales (incluidas las Normas de Independencia) emitidos por el Consejo Federal de Contabilidad (CFC) basados en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica NBC PA 01 Quality Management for Firms (Legal Entities and Individuals) of Independent Auditors y la *International Standard on Quality Management (ISQM) 1, Quality Management for Firms that Perform Audits or Reviews of Financial States, or Other Assurance or Related Services Engagements*, emitidas por el CFC y el IAASB, respectivamente. Estas normas requieren que la empresa desarrolle, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad, incluidas las

políticas o procedimientos relacionados con el cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

Creemos que las evidencias obtenidas son suficientes y apropiadas para fundamentar nuestra conclusión.

Responsabilidades por el informe

La Administración de la empresa es responsable de:

- el diseño, implementación y mantenimiento de controles internos relevantes para la preparación de la información contenida en el "Capítulo 03. Moda responsable" presentada en el Informe anual 2025, que estén libres de errores materiales, ya sea debido a fraude o error;

- la selección de los Criterios, como se establece en el anexo, como adecuados para la preparación de la información contenida en el "Capítulo 03. Moda responsable" presentada en el Informe anual 2025 y la referencia apropiada a los Criterios utilizados o la descripción de esos Criterios;

- la preparación y presentación adecuada de la información contenida en el "Capítulo 03. Moda responsable" presentada en el Informe anual 2025 de acuerdo con los Criterios.

Nuestras responsabilidades

Somos responsables de:

- planificar y ejecutar el trabajo para obtener una garantía limitada sobre si la información contenida en el "Capítulo 03. Moda responsable" presentada en el Informe anual 2025, que estén libres de distorsiones relevantes, ya sea debido a fraude o error;
- elaborar una conclusión independiente, de acuerdo con los procedimientos realizados y las pruebas obtenidas

- informar nuestra conclusión a la Junta de Administración y los Accionistas de la empresa.

Resumen del trabajo que realizamos como base para nuestra conclusión

Ejercimos el juicio profesional y mantuvimos el escepticismo profesional durante todo el trabajo. Diseñamos y ejecutamos nuestros procedimientos para obtener evidencias sobre el Informe que sean suficientes y apropiadas para proporcionar una base para nuestra conclusión. Nuestros procedimientos seleccionados dependen de nuestra comprensión del Informe y otras circunstancias del trabajo, además de nuestra consideración de las áreas donde es probable que surjan distorsiones materiales. Al realizar el trabajo, ejecutamos los siguientes procedimientos:

a. planificamos el trabajo considerando la relevancia, el volumen de información cuantitativa y cualitativa y los sistemas operativos y de control internos que sirvieron de base para la elaboración de la información contenida en el Informe;

b. obtuvimos una comprensión de la metodología de cálculo y los procedimientos para compilar los compromisos a través de consultas y entrevistas con los gerentes responsables de preparar la información;

c. aplicamos procedimientos analíticos sobre información cuantitativa y consultas sobre información cualitativa y su correlación con los indicadores divulgados en la información contenida en el Informe; y

d. evaluamos los procesos para la elaboración del Informe y su estructura y contenido, de acuerdo con los Criterios.

Los procedimientos realizados en un compromiso de aseguramiento limitado varían en cuanto a su naturaleza y tiempo, y su alcance es restringido (menos extenso) que el de un trabajo de aseguramiento razonable. Por lo tanto, el nivel de seguridad obtenido en un trabajo de aseguramiento limitado es sustancialmente menor que la seguridad que se habría obtenido si se hubiera realizado un trabajo de aseguramiento razonable.

São Paulo, 29 de abril de 2026

KPMG Auditores Independentes Ltda.

CRC 2SP-014428/O-6



Flavio Gozzoli Gonçalves

Contador CRC 1SP290557/O-2

Informe de aseguramiento limitado del Inventario de emisiones

Informe de aseguramiento limitado de los auditores independientes

A la Junta de Administración y los Accionistas de Lojas Renner S.A. | Porto Alegre- RS

Informe sobre el Inventario de Gases de Efecto Invernadero - GEI de Lojas Renner S.A. para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2025

Conclusión

Realizamos un trabajo de aseguramiento limitado sobre si el Informe de Inventario de Gases de Efecto Invernadero - GEI ("Informe"), contenido en el Anexo, elaborado por Lojas Renner S.A. ("Empresa") para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2025 se preparó de acuerdo con los criterios de "*The Greenhouse Gas (GHG) Protocol - Corporate Accounting and Reporting Standard - Revised Edition from WRI (World Resources Institute) and WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) - (2004 Revised Edition)*" y las "*Especificações do Programa Brasileiro GHG Protocol: Contabilização, Quantificação e Publicação de Inventários Corporativos de Emissões de Gases de Efeito Estufa - Segunda Edição*" ("Criterios").

Con base en los procedimientos realizados y la evidencia obtenida, no tenemos conocimiento de ningún hecho que nos lleve a creer que el Informe de Inventario de Gases de Efecto

Invernadero – GEI, contenido en el Anexo, preparado por Lojas Renner S.A. para el año terminado el 31 de diciembre de 2025 no fue preparado, en todos los aspectos materiales, de acuerdo con los criterios del "*The Greenhouse Gas (GHG) Protocol - Corporate Accounting and Reporting Standard - Revised Edition from WRI (World Resources Institute) y WBCSD (World Business Council for Sustainable Development) - (2004 Revised Edition)*" y de las "*Especificações do Programa Brasileiro GHG Protocol: Contabilização, Quantificação e Publicação de Inventários Corporativos de Emissões de Gases de Efeito Estufa - Segunda Edição*".

Base para la conclusión

Realizamos nuestro trabajo de acuerdo con NBC TO 3410 – Trabajo de Aseguramiento para Declaraciones de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y de Cambio Climático y el *International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3410, Assurance Engagement on Greenhouse Gas Statements*, emitidas por el Consejo Federal de Contabilidad (CFC) y el *International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)*, respectivamente. Nuestras responsabilidades en relación con estas normas se describen con más detalle en la sección "Nuestras responsabilidades" del informe.

Cumplimos con los requisitos de independencia y otros requisitos éticos del Código de Ética

Profesional del Contador y las Normas Profesionales (incluidas las Normas de Independencia) emitidos por el Consejo Federal de Contabilidad (CFC) basados en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica NBC PA 01 Gestión de Calidad para Firms (personas jurídicas y físicas) de auditores independientes y el *International Standard on Quality Management (ISQM) 1, Quality Management for Firms that Perform Audits or Reviews of Financial States, Other Assurance or Related Services Engagements*, emitidas por el CFC y el IAASB, respectivamente. Estas normas requieren que la empresa desarrolle, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad, incluidas las políticas o procedimientos relacionados con el cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

Creemos que las evidencias obtenidas son suficientes y apropiadas para fundamentar nuestra conclusión.

Responsabilidades de la administración de la Empresa por el Informe

La Administración de la empresa es responsable de:

- el diseño, implementación y mantenimiento de controles internos relevantes para la preparación del Informe que estén libres de errores materiales, ya sea debido a fraude o error;
- la selección de los Criterios adecuados para la preparación del Informe y la referencia apropiada a los Criterios utilizados o la descripción de estos Criterios;
- preparación del Informe de acuerdo con el método de medición y los cálculos definidos en los Criterios.

Limitaciones inherentes a la elaboración del Informe

Como se describe en el Informe, la cuantificación de las emisiones de gases de efecto invernadero está sujeta a una incertidumbre inherente debido al conocimiento científico incompleto utilizado para determinar los factores de emisión de los gases y los valores para combinar las emisiones de diferentes gases. La cuantificación de los gases de efecto invernadero está sujeta a una incertidumbre inherente, tanto como resultado tanto de la incertidumbre científica como de la incertidumbre de la estimación. Las incertidumbres pueden surgir debido a:

- incertidumbre inherente con respecto a la cuantificación de los datos de actividad y los factores de emisión, que se utilizan en modelos matemáticos para estimar las emisiones

(incertidumbre de medición);

- incapacidad de dichos modelos para caracterizar con precisión y exactitud todas las circunstancias de las relaciones entre los diversos datos y las emisiones resultantes (incertidumbre del modelo);
- mayor incertidumbre a medida que se agregan las cantidades de emisiones con diferentes niveles de incertidumbre de medición y cálculo (incertidumbre conjunta); e
- incertidumbre inherente debido al conocimiento científico incompleto utilizado para determinar los factores de emisión y los valores requeridos para combinar las emisiones de diferentes gases.

Además de las incertidumbres antes mencionadas, existen ciertas limitaciones para la cuantificación de las emisiones de la empresa, que incluyen:

- la empresa no puede incluir todas las emisiones de Alcance 3 en su Informe;
- las bases seleccionadas para la divulgación de las fuentes de emisión de Alcance 3 que se incluyeron son las más representativas y para las cuales la empresa tiene controles y procesos; y
- la información y los datos considerados en el Informe se basan en información histórica que es

de naturaleza cuantitativa y cualitativa y, por lo tanto, no proporcionan información o correlación con informes futuros.

Nuestras responsabilidades

Somos responsables de:

- planificar y ejecutar el trabajo para obtener una garantía limitada en cuanto a si el Informe está libre de errores materiales, ya sea debido a fraude o error;
- elaborar una conclusión independiente, de acuerdo con los procedimientos realizados y las pruebas obtenidas; e
- informar nuestra conclusión a la Junta de Administración y los Accionistas de la empresa.

Resumen del trabajo que realizamos como base para nuestra conclusión

Ejercimos el juicio profesional y mantuvimos el escepticismo profesional durante todo el trabajo. Diseñamos y ejecutamos nuestros procedimientos para obtener evidencias sobre el Informe que sean suficientes y apropiadas para proporcionar una base para nuestra conclusión. Nuestros procedimientos seleccionados dependen de nuestra comprensión del Informe y otras circunstancias del trabajo, además de nuestra consideración de las áreas donde es probable que surjan distorsiones materiales.

Al realizar el trabajo, ejecutamos los siguientes procedimientos:

- a. a través de consultas, obtuvimos una comprensión del entorno de control y los sistemas de información de la empresa relevantes para la cuantificación de emisiones y la preparación del Informe, pero no evaluamos la planificación de actividades de control específicas, ni obtuvimos evidencia o probamos su implementación;
- b. evaluamos si los métodos de la empresa para desarrollar estimaciones son adecuados y se han aplicado de manera consistente. Sin embargo, nuestros procedimientos no incluyeron comprobar datos en los que se basan las estimaciones o el desarrollo por separado de nuestras propias estimaciones para evaluar las estimaciones de la empresa; y
- c. visitamos la Oficina Administrativa de la empresa (Avenida Doutor Ruth Cardoso, 8501, Piso 23, Pinheiros, São Paulo - SP) el 21 de enero de 2026, el Centro de Distribución de Cabreúva (Rodovia Dom Gabriel Paulino Bueno Couto, 82 - Aglomeração Urbana de Jundiaí, Cabreúva - SP) el 22 de enero de 2026 y la tienda ubicada en el Shopping Morumbi (Avenida Roque Petroni Júnior, 1089 - Jardim das Acácias, São Paulo - SP) el 5 de febrero de 2026 para evaluar la integridad de las fuentes de emisión,

los métodos de recopilación de datos, los datos de origen y los supuestos relevantes aplicables a las ubicaciones.

Los procedimientos realizados en un compromiso de aseguramiento limitado varían en cuanto a su naturaleza y tiempo, y su alcance es restringido (menos extenso) que el de un trabajo de aseguramiento razonable. Por lo tanto, el nivel de seguridad obtenido en un trabajo de aseguramiento limitado es sustancialmente menor que la seguridad que se habría obtenido si se hubiera realizado un trabajo de aseguramiento razonable.

São Paulo, 29 de abril de 2026

KPMG Auditores Independentes Ltda.

CRC 2SP-014428/O-6

 s
15710-2

Anexo - Informe de inventario GEI de Lojas Renner 2025

El inventario de Lojas Renner S.A. sigue el enfoque de control operacional; todas las instalaciones y operaciones están incluidas en el inventario. Con operaciones en los siguientes países: Brasil, Vietnam, Uruguay, China, Bangladesh y Argentina. Su informe incluye las emisiones integrales de Alcance 1 y 2 y, además, las categorías principales y relevantes del Alcance 3.

Inventario de emisiones de Gases de Efecto Invernadero

Alcance	Categoría	Emisiones de tCO ₂ e	Emisiones de tCO ₂ e
		Elección de compra	Ubicación
Alcance 1	Combustión estacionaria	408,88	408,88
	Combustión móvil	8,74	8,74
	Fugitivas	6,469.56	6,469.56
Alcance 2	Residuos sólidos y efluentes líquidos	145,93	145,93
	Adquisición de energía eléctrica	0,00	11 146,36
Alcance 3	Bienes y servicios adquiridos	322 896,48	322 896,48
	Actividades relacionadas con el combustible y la energía no incluidas en los Alcances 1 y 2	8978,10	8978,10
	Desplazamiento del empleado (domicilio-trabajo)	26 085,77	26 085,77
	Residuos generados en las operaciones	446,46	446,46
	Transporte y distribución (upstream)	26 010,79	26 010,79
	Tratamiento al final de la vida de los productos vendidos	11 517,38	11 517,38
	Viaje de negocios	2196,28	2196,28

Créditos

GRI 2-3

Sede

Lojas Renner S.A.

Av. Joaquim Porto Villanova, 401 – Jardim Carvalho
Porto Alegre, Rio Grande do Sul – Brasil.
CEP 91410-400

Coordinación

Vicepresidente de Personas, Sostenibilidad y Relaciones Institucionales
Vicepresidente de Finanzas, Administración y Relaciones con Inversores
Dirección de Marketing Corporativo

Consultoría, redacción, maquetación y traducciones

Ricca Sustentabilidade

<https://www.linkedin.com/company/riccasustentabilidade/>

Fotografía

About	Camila Picolo	José Otavio Marques	Rafael Ribeiro
Ahmad Jarrah	Caroline Ferronato	Josefina Bietti	Renata Fetzner
AirBranding Agency	Carlos Macedo	Lau Baldo	Spartacus Breches
Agencia	Claudio Belli	Leo Griego	Vinicius Dalla Rosa
Propaga Andrea Graiz	Estudio Derek	Marcelo Zilio	Warley Janove Pires
Andrea Zaguini	Mangabeira	Mariana Maltoni	
Brun Films	Alessandro Couto	Nicole Heiniger	
Bruna Castanheira	Fabiano Panizzi	Pedro Henrique	
Camila Alba	Ivan Erick	Pedro Fonseca	

Colaboración

Este informe ha sido elaborado gracias a los aportes de un equipo de trabajo multidisciplinario, al que queremos agradecer y dedicar esta publicación.

Más información

+

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

Política de Sostenibilidad

Política de Derechos Humanos

Código de Conducta

Código de Conducta para Socios

Resultados detallados, comentados por la Administración: **Balance anual**.

Descripción general de los aspectos relevantes del negocio, como la gobernanza corporativa y la gestión de riesgos:

Formulario de referencia.

Si desea recibir información adicional sobre nuestro compromiso con la moda responsable, puede enviar un mensaje a nuestra Dirección de Sostenibilidad. El equipo estará encantado de atenderlo: **sustentabilidade@lojasrenner.com.br**.

60 AÑOS

LOJAS RENNER S.A.

RENNER CAMICADO youcom realize ASHUA repassa